Свая газета 2014

у дапамогу мясцоваму журналісту

Мінск, 2014

Выданне ў дапамогу журналісту мясцовай прэсы „Свая газета 2014“ створана спрыяннямі Асацыяцыі выдаўцоў рэгіянальнай прэсы „Аб’яднаныя Масмедыі“.

Як паўставалі мясцовыя СМІ? У чым іх сённяшняя місія і сакрэты поспеху? Якая адукацыя нам патрэбна і чаму важна пра яе пісаць? Як наблізіцца да чытачоў? Ці маюць плён журналісцкія грамадскія акцыі? Як наладжваць дачыненні з рэкламадаўцамі? Ці спрыяюць гучныя матэрыялы зменам у мясцовай супольнасці? Што агульнага і адрознага ў беларускім і польскім досведзе?

На гэтыя ды іншыя пытанні адказваюць майстры беларускай і польскай журналістыкі.

Зборнік прызначаны для тых, хто робіць і чытае мясцовую прэсу.



Змест

Акцыі газеты набліжаюць яе да чытачоў

Аляксандр Манцэвіч,

„Рэгіянальная газета“

Мы ў гэтым упэўніліся на ўласным досведзе.

У рэдакцыю „Рэгіянальнай газеты“ чытачы прыходзяць пастаянна. З праблемамі, проста пагутарыць. Калі просяць прабачэння за патрачаны намі на іх час, мы найчасцей адказваем, што наша праца і палягае ў тым, каб слухаць. Слухаць і чуць.

Летась, ды і раней, да нас заходзілі маладзечанцы, наракаючы на дрэнны дваровы праезд побач з рэдакцыяй, якая месціцца ў жылым будынку. Мы выслухоўвалі, званілі камунальнікам, пісалі лісты. Але, як той казаў, усё заставалася на сваім месцы. Асфальт не рабіўся лепшым, людзі ламалі абцасы, машыны разбівалі „падвеску“. Да нас прыходзілі скаржнікі, мы тэлефанавалі…

Урэшце, пасля рэплікі наведніка „Якая вы газета, калі дарогу ля рэдакцыі зрабіць не можаце…“ у галаву прыйшла ідэя зладзіць акцыю. Цэнтрам якой былі б не мы, журналісты, а звычайныя гараджане, што ходзяць па гэтым злашчасным праездзе.

Ідэя паступова канкрэтызоўвалася, станавілася простай, практычнай і зразумелай.

У адзін з ліпеньскіх дзён чацвёра газетчыкаў, а гэта пераважна маладыя, поўныя энергіі дзяўчаты, пачалі рысаваць фламастарамі плакаты. Напрыклад, наступнага зместу:

“Баюся зламаць ногі!“, „Няма дарогі, давай метро!“, „За што я плачу падаткі?“, „Праз гэтую дарогу я стаў пешаходам“, „Баюся зламаць веласіпед“, „Нязручна хадзіць на абцасах!“, „Хачу крылы, бо няма дзе хадзіць“…

Выйшлі з плакатамі на тую дарогу і прапанавалі пешаходам, вадзіцелям, раварыстам выбраць плакат, змест якога пасаваў бы да іхнага настрою, і сфатаграфавацца з плакатам для „Рэгіянальнай газеты“.

Чалавекі тры адмовіліся ад прапановы. Адна жанчына сказала: „Я ж працую, на наступны дзень мяне звольняць“. Але такіх была абсалютная меншасць.

Кожны, хто пагадзіўся стаць перад фотакамерай, знайшоў сярод плакатаў свой.

Наступны нумар газеты меў галоўную тэму. Яна пачыналася першапалосным матэрыялам і вялікай фатаграфіяй чытачкі з плакатам „Зрабіце нам дарогу“. „Па гэтай дарозе штодзень праходзяць і праязджаюць сотні людзей: на ровары, з каляскай, з кійком, на машыне ці проста так… У кожнага свае справы, але ёсць і тая, што аб'ядноўвае ўсіх: акцыя «Зрабіце нам дарогу», якую ладзіла «Рэгіянальная газета», адбылася на гэтым праездзе 12 ліпеня“.

На 6-й старонцы яшчэ адзінаццаць маладзечанцаў выказвалі сваю пазіцыю на фота з плакатамі.

Гэта адна з акцый „Рэгіянальнай газеты“. Яшчэ магу прыгадаць акцыю да Дня невідушчых людзей, калі журналісткі Зоя Хруцкая і Настасся Роўда вышлі на вуліцы Маладзечна. Яны спрабавалі хаця б прыблізна высветліць, што адчувае невідушчы чалавек на ходніках, у крамах. Зоя з заплюшчанымі вачыма ў абсалютна непрабівальных для святла акулярах з кіёчкам хадзіла па вуліцы, заходзіла ў крамы. Насця здымала відэа. На сайце газеты пазней з'явіўся ролік, у газеце — фотарэпартаж.

Акцыі могуць мець розныя формы. „Круглы стол“ таксама можа стаць акцыяй. Ідэю аднаго з такіх „круглых сталоў“ падказаў наш

чытач Віталь Качаткоў. Кампазітар, шахматыст, бізнэсмэн і бацька траіх дзяцей. Як зацікавіць дзятву музычнымі заняткамі? За сапраўды круглым рэдакцыйным сталом сабраліся тады сам Качаткоў, дырэктар музычнай школы, выкладчыкі музыкі, выпускнік музычнага каледжа… Гарачыя дэбаты трансляваліся онлайн на сайце выдання.

Ці маюць акцыі эфект?

Праз пару месяцаў па акцыі дваровы праезд быў капітальна адрамантаваны. Камунальнікі сцвярджалі, што газета паспяшалася з акцыяй, бо, маўляў, гэтыя работы былі запланаваныя раней і прафінансаваныя.

Можа і так. І хутчэй за ўсё так. Але для нас больш важна, што такога кшталту акцыі — спосаб для асобных жыхароў, чытачоў газеты, пэўных сацыяльных груп людзей расказаць аб сваіх праблемах іншым. І быць пачутымі.

Месяц таму мы выйшлі зрабіць апытанку мінакоў, задаўшы пару-тройку пытанняў пра газету. Вядома, дзесяць чалавек, якія спыніліся за непрацяглы час, не могуць прэтэндаваць на так званую рэпрэзентатыўнасць выбаркі. Карацей, гэта не сацыялагічнае даследаванне. Але з дзесяці толькі адна жанчына нічога не чула пра „Рэгіянальную газету“. І яна была прыезджая.

Калі хочаш быць бліжэй да чытача — будзь бліжэй. Жыві яго праблемамі.

Парады калегам

Зоя Хруцкая, Настасся Роўда і Марыя Бераснева, якія ўдзельнічалі ў акцыі з плакатамі, калі я папрасіў іх даць парады калегам, склалі кароценькі спіс:

1. Не баяцца людзей.

2. Верыць у свае сілы.

3. Не баяцца супрацы з уладамі. Бо рашэнне праблемы за імі. Мы паказваем на праблему і падштурхоўваем да вырашэння.

4. Шукаць новыя, часам нестандартныя формы, каб звярнуць увагу на праблему.



„Intex-press“. Некалькі слоў пра галоўнае

Уладзімір Янукевіч,

„Intex-press“

„Intex-press“. Некалькі слоў пра галоўнае

Газеце „Intex-press“ пашчасціла з нараджэннем. З'явіцца на свет у тыя недарэчныя і саманадзейныя 90-ыя — гэта было крута. Бо той час даў нам досвед незалежнасці, падарыў самастойную краіну, дапамог зразумець, што ўладу можна па-сапраўднаму абіраць, і вярнуў нам мову. Так, гэта было неверагоднае пачуццё свабоды, якая звалілася на нас, а мы не мелі ніякага спелага ўяўлення пра гэтую свабоду.

Патрэбна адзначыць, што я пачаў працаваць у „Intex-press“, калі газета ўжо існавала каля года. Аднак прыйшоў я адразу ж на пасаду галоўнага рэдактара, таму ўсё, што было за гэтыя гады, — бяссонныя ночы, радасць першых перамог і боль ад неабавязковых памылак, дэпрэсіі ды хвіліны адчаю — выпрабаваў, што называецца, на ўласнай скуры. А таму мне сёння даволі лёгка падвесці нейкія

вынікі, правесці, у нейкім сэнсе, работу над памылкамі, разважаючы пра час і пра тое, чым жыў апошнія амаль што два дзесяцігоддзі.

Як усё пачыналася

Першы нумар газеты „Intex-press“ выйшаў у снежні 1994 года. Заснавальнік газеты, вытворча-камерцыйная фірма „Інтэкс“, маючы на той час даволі прыбытковы бізнэс у швейнай вытворчасці і ўжо выпрабаваўшы сябе ў сферы медыяў — у мясцовым кабельным і эфірным тэлебачанні, вырашыла яшчэ паспрабаваць зарабляць і на продажы тэлевізійна-дайджэставага тыднёвіка. Але, як паказала далейшае жыццё, менавіта гэты час, другая палова 90-ых, стаў канцом спрыяльнага бізнэс-надвор’я ў дзяржаве. І звязана гэта было з першымі прэзідэнцкімі выбарамі, якія кардынальна змянілі палітычную і дзелавую сітуацыю. Улада паступова пачала, фактычна адзін у адзін, капіяваць бальшавіцкі падыход да прэсы і канцэнтраваць у сваіх руках галоўныя медыя, разглядаючы іх як рупары генеральнай лініі. Швейны бізнэс фірмы „Інтэкс“ пачаў занепадаць, кіраўніцтва прадпрыемства вымушана было ўсё болей і болей узгадняць свае падыходы да тэлебачання з мясцовымі ўладамі, якія ў выніку праз некалькі гадоў наогул зрабіліся яго заснавальнікамі. Фінансаванне газеты „Intex-press“ вялося паводле астаткавага прынцыпу, пры гэтым пачалася татальная цэнзура журналісцкіх матэрыялаў. Калектыў рэдакцыі, не маючы перспектыў для развіцця, не мог мірыцца з такім становішчам і прапанаваў кіраўніцтву фірмы адпусціць газету на вольныя хлябы. Аднак адразу стаць вольнымі не атрымалася. Усё, чаго ўдалося дабіцца, дык гэта ўвядзення ў склад заснавальнікаў газеты працоўнага

калектыву рэдакцыі (1997 год). Фінансавыя цяжкасці ў фірмы „Інтэкс“ працягваліся, прадпрыемства ніяк не прымала ўдзелу ў фінансаванні газеты, а калектыў рэдакцыі між тым паступова вырас з „кароткіх штонікаў“ наёмнага падцэнзурнага бізнэсу, у якіх свабодным людзям раней ці пазней становіцца цесна. Таму зноў востра паўстала пытанне пра поўную, прынамсі на той час, палітычную незалежнасць рэдакцыі. І толькі ў 2001 годзе з вялікім жаданнем жыць у нармальнай краіне і рабіць добрую газету мы пайшлі ў самастойнае жыццё.

Памылкі відаць на адлегласці

Калі я пачынаў працаваць, то, бадай, нічога не пралічваў наперад — проста кіраваўся інтуіцыяй. Але ж былі імпэт, жаданне штосьці ствараць, сістэма сваіх каштоўнасцяў. На жаль, напачатку свайго газетнага жыцця я лічыў, што газета — гэта зброя агульнага знішчэння ворагаў дэмакратыі, калектыўны агітатар і арганізатар (на сённяшні мой погляд, дыягназ, несумяшчальны з жыццёвымі паказчыкамі для выдання). Але тады мы працягвалі існаваць насуперак усім законам эканомікі, лічачы абавязкам змагацца, змагацца і змагацца. Мы шпігавалі нашую газету палітычнымі тэкстамі і перадрукамі, разважаючы над будучыняй Беларусі. Наклад не падвышаўся, а мы ў рэдакцыі варажылі — чаму.

Але семінары, якія праводзілі замежныя выдаўцы, асветнікі і эксперты, рабілі сваю справу. Мы пачалі звяртацца да нашых звыклых, штодзённых мясцовых праблемаў, і высветлілася, што рухаемся ў

правільным кірунку — наклад пачаў падвышацца. І сёння нашая газета на сваіх старонках змяшчае інфармацыю выключна мясцовую, згодна з сёння добра вядомым правілам: межы распаўсюду — гэта межы інфармацыйнай прасторы. Толькі найважнейшыя падзеі Беларусі і свету знаходзяць адлюстраванне на старонках нашай газеты, ды і тое праз прызму мясцовага ўсведамлення і погляду. Акрамя таго, прыйшло разуменне, што прафесійны поспех журналіста вымяраецца рэальным уздзеяннем на людзей, а не ступенню інтэграванасці ў вырашэнне нейкіх палітычных задачаў. Барыкадная журналістыка — гэта нашы, а гэта не нашы, гэтых можна хваліць, а гэтых няможна — паступова рэканструявалася ў аб'ектывісцкі падыход, які найбольш прыйшоўся даспадобы баранавіцкаму чытачу. А журналісты добра ўспрынялі прафесійныя табу, якія накладаюць на іх гэтыя падыходы: нельга замоўчваць або скажаць факты, а пагатоў узводзіць паклёп; груба ўлазіць у асабістае жыццё; ужываць падманныя сродкі атрымання інфармацыі; карыстацца сваім статусам як зброяй; маніпуляваць масавай свядомасцю.

Далей — болей. Пры вывучэнні замежнага досведу нас усё часцей пачалі наведваць крамольныя думкі пра тое, што газета можа быць не спосабам выжывання, а нармальнай прыбытковай справай. І, нягледзячы на палітычныя абставіны, мы пачалі спрабаваць рабіць бізнэс, што называецца, тут і цяпер. Але каб развіваць газетны бізнэс, былі патрэбныя грошы, магчымасці, менеджары. На той час у нас не было ні першага, ні другога, ні трэцяга — такая была спецыфіка нацыянальнага палітыка-эканамічнага мікраклімату.

Грошы для развіцця газеты былі патрэбныя адразу і зарабіць іх хутка не выпадала. Баранавіцкія банкі, дэ-юрэ са спасылкай на адсутнасць у рэдакцыі неабходнай для страхоўкі маёмасці, а ў прыватных размовах дэ-факта са спасылкай на апазіцыйны статус газеты, адмовілі газеце ў пазыках. Таму рэдакцыя, каб тэрмінова закрыць фінансавыя дзіркі, вымушана была прапанаваць усім супрацоўнікам зрабіць складкі і заснаваць новую юрыдычную асобу, якая мела стаць выдаўцом „Intex-press“. Толькі чатыры чалавекі рызыкнулі ўкласці свае грошы ў тагачасную „Intex-press“, тым самым паверыўшы ў яе светлую будучыню. З аднаго боку, адразу стала зразумела, на каго ў рэдакцыі можна разлічваць, бо ён будзе працаваць, што называецца, з ранку і да вечара. А з другога боку, такі падзел сяброў па рэдакцыі на фармалізаваных уласнікаў і як бы наймітаў не лепшым чынам адбіўся на ўнутраным стане рэдакцыі. Але і сёння мне ўсё гэтак жа цяжка сказаць, ці быў у тагачаснай рэдакцыі іншы, магчыма, лепшы шлях.

Тым не менш газета выжыла і пачала шукаць новыя магчымасці для развіцця. А магчымасцяў гэтых было ўсяго нічога: падвышаць якасць выраблянага прадукту — газеты — і прыбыткова ёю гандляваць.

Вучыліся на практыцы

На асабістым прыкладзе я ўпэўніўся, што агульны поспех газеты вызначаецца тым, ці разумее галоўны рэдактар дзелавыя аспекты існавання газеты, ці надае ім столькі ж увагі, колькі сацыяльнай і палітычнай місіі свайго выдання. Бо каб газета развівалася, яна

ўсё ж такі павінна імкнуцца стаць сапраўдным бізнэс-праектам. Вышэй ужо было згадана, як мы здабывалі незалежнасць (якая ў тыя часы была катэгорыяй выключна палітычнай) ад уладаў. Сёння гэта, асабліва ўлічваючы магчымасці інтэрнэту, даволі проста. Але быць незалежным ад капіталу было цяжка, што тады, што зараз. Паступова прыйшло ўсведамленне, што паняцце незалежнасці датычыцца больш яе фінансавай сутнасці: утрыманне выключна з продажу і рэкламы. За нашай газетай не было вялікага капіталу, наадварот — мы самі паступова павінны былі акумуляваць свой капітал.

Таму і першыя нашыя крокі былі ў бок стварэння жыццяздольнай бізнэс-структуры рэдакцыі, якая б дазволіла рабіць болей з меншымі выдаткамі. Бо як было? Рэдактарам збольшага я працаваў па панядзелках і аўторках, а ў астатнія дні тыдня быў распаўсюднікам, грузчыкам, бухгалтарам, эканамістам і гэтак далей. Гэтаксама іншыя заснавальнікі. За ўсё хапаліся і, як сёння бачу, многа дзе не паспявалі. Толькі калі ў межах рэдакцыі былі створаныя самастойныя аддзелы распаўсюду, тэхнічны і рэдакцыйны аддзелы на чале з кіраўнікамі і жорстка прапісанымі функцыямі, прыйшло бачанне, што мы на правільным шляху.

Але тут жа мы зразумелі, што нам не хапае ведаў. Я пайшоў вучыцца на эканаміста-менеджара ў эканамічны ўніверсітэт. Мой намеснік, які ўзначаліў усю працу па стварэнні кантэнту газеты і дэ-факта выконваў абавязкі яе галоўнага рэдактара, не знайшоў нічога цікавага на факультэце журналістыкі, бо дзяржаўная прафесійная адукацыя ўжо тады была дэфармаваная казённай ідэалогіяй. Як і

іншыя кіраўнікі аддзелаў, ён аддаў перавагу розным навучальным семінарам і трэнінгам замежных гуру ў сферы СМІ. Балазе ў той час яны яшчэ былі магчымыя і даволі часта праводзіліся на тэрыторыі Беларусі. А для журналістаў была створана пастаянна дзейная школа ў межах рэдакцыі, куды запрашалі найбольш вядомых экспертаў ў сферы медыяў.

Штодзённай жа справай стала паляпшэнне якасці нашага прадукта — газеты. Сацыялагічнае даследаванне чытацкай аўдыторыі дазволіла нам упарадкаваць тое, што абавязкова павінна было з'яўляцца на старонках „Intex-press", адпаведна чытацкім прыярытэтам. Мы ўмоўна падзялілі змест на наступныя тэматычныя абсягі: крымінальны, соцыум (сюды ўвайшлі школы, здароўе, жыллёва-камунальная гаспадарка і г. д. — усё тое, што знаходзіцца ў кампетэнцыі гарадскіх уладаў), гаспадарчы (установы працы), спартовы, культурніцкі, забаўляльны (гараскопы, крыжаванкі, анекдоты). Першыя тры найчасцей павінны былі ствараць аснову першай старонкі, наступныя — радзей, а апошнія на яе не павінны былі трапляць ніколі. І справа пайшла.

Журналісты, узброеныя разуменнем таго, што жадаюць чытачы, і навучаныя пісаць для іх, добра давалі рады, наклад газеты рос. Але мы пачалі заўважаць, што каб утрымацца на плаве і патрапіць у густы чытачоў, газета павінна усё часцей ахвяраваць значную плошчу на бульварную тэматыку і таннае чытво, а матэрыялаў, якія тычыліся грамадска-палітычнага жыцця, стала менш. Гэта было наша сутыкненне з чарговай праявай паняцця незалежнасці СМІ — з незалежнасцю ад густаў чытачоў. Правіла „кліент атрымлівае тое, чаго

чакае", прынесенае ў СМІ з іншых сфераў, прывяло да таго, што горкая праўда пачала з цяжкасцямі прабівацца на старонкі нашай газеты.

Да твару „Intex-press", яна вытрымала і гэты іспыт. Большая частка заснавальнікаў на сходзе вызначылася, даўшы пэўны і сумленны адказ на галоўнае пытанне: „Дзеля чаго мы гэта ўсё робім?": газета існуе для таго, каб усе ў будучыні змаглі жыць у грамадстве свядомых у сваім выбары грамадзянаў. Быў абраны іншы варыянт развіцця медыябізнэсу — спроба добрасумленнага гандлю інфармацыяй, якая дазваляе чалавеку прыняць свядомае рашэнне і несці за яго адказнасць. Рэдакцыйная палітыка была сбалансаваная і, як ні дзіўна, гэта не прывяло да змяншэння накладу.

Але бяда прыйшла адтуль, адкуль мы не чакалі. Газета адразу набыла статус апазіцыйнай, бо сумленная журналістыка — заўсёды жорсткі апанент уладаў і незалежны кантралёр над імі. Нам стала вельмі цяжка здабываць інфармацыю, бо чыноўнікі пачалі ўсё сакрэціць і, нахабна здзекуючыся з журналістаў, казаць: „ад вінта".

Паралельна з падвышэннем якасці кантэнту ішла і праца дзеля „ўпакоўкі" газеты, і развіццё продажу рэкламы. Але калі з дызайнам газеты мы разабраліся даволі проста, запрасіўшы прафесіяналаў, дык з рэкламай усё было не так лёгка. Мы думалі, што наш наклад, які у той час пераўзышоў 10 тысяч, стане для нас пропускам да добрых рэкламных даходаў. Але нашыя надзеі разбіліся аб тагачасную палітызаванасць медыйнага бізнэсу ў дзяржаве. Для дзяржаўных

прадпрыемстваў існавала негалосная забарона рэкламавацца ў недзяржаўнай прэсе. Усе нашыя спробы прыцягнуць рэкламу нейкіх прадпрыемстваў ці паслуг разбіваліся аб заявы наступнага зместу: „Пасля рэкламы ў вашай газеце ў нас адразу пачнуцца праблемы з уладамі…“

Таму мы пачалі абапірацца на свой лакальны рэкламны рынак — на тых прадпрымальнікаў, што маюць кліентаў на тэрыторыі выхаду газеты і на якіх цяжка „наехаць” мясцовым уладам. Такія падыходы далі вынік. Прадуманая праца са зніжкамі, пашырэнне спектру паслуг і дзейснасць рэкламы паступова зрабілі „Intex-press” вядучым вытворцам і распаўсюднікам спачатку дробнай, а пасля, з ростам саміх прадпрымальнікаў, і „цяжэйшай” на грошы рэкламы. Сёння той назапашаны досвед працы з вялікай колькасцю рэкламадаўцаў і напрацаваны аўтарытэт дазваляе працаваць і з буйнымі рэкламадаўцамі, што дае „Intex-press“ даволі ўстойлівы фінансавы стан. І адначасова пацвярджае беспамылковасць абранага раней трактавання выдавецкай дзейнасці як камерцыйнай, наўпрост звязанай з незалежнасцю. Толькі газета, што зарабляе на сябе, можа быць фінансава незалежнай — а за гэтым ідзе і ўсялякая іншая незалежнасць.

Але палітызаванасць медыйнага бізнэсу не дазваляла рэдакцыі газеты расслабляцца. У 2005 годзе нашае выданне, як і шэраг іншых газет, было пазбаўлена магчымасці карыстацца дзяржаўнымі сеткамі распаўсюду. Ані шапікі „Белсаюздруку“, ані Белпошта не падпісалі дамовы на 2006 год. Наш наклад абрынуўся на трацiну: з 12 да 8 тысяч. Але і гэты факт для нас, загартаваных папярэднімі

нядобразычлівымі дзеяннямі ўладаў, стаў не толькі новым выклікам, але і магчымасцю стварыць сваю ўласную сетку распаўсюду. Аддзел распаўсюду пашырыўся на дзве асобы, акрамя таго, былі запрошаныя на працу свае паштары і прадаўцы для раздробнага гандлю газетай. Практычна праз паўгода мы вярнулі свой наклад, падвысіўшы пры гэтым сваю арганізацыйную і фінансавую аўтаномнасць ад дзяржаўных установаў.

Наогул кажучы, пра роўныя з дзяржаўнымі медыямі ўмовы гаспадарання нам увесь час прыходзілася толькі марыць. Продаж газетнай паперы паводле розных спісаў (у адным фіксаваны кошт для дзяржаўных выданняў, у другім вышэйшы амаль што ўдвая для недзяржаўных), тая ж сітуацыя з коштамі на друк газеты ў друкарнях, узгаданая вышэй забарона на рэкламу ў недзяржаўных газетах, прымусовая падпіска на дзяржаўныя газеты — вось далёка не поўны пералік дзяржаўных прэферэнцый для „сваіх“, што абумоўлена толькі палітыкай і нічым болей.

Але неспрыяльныя ўмовы для развіцця газеты толькі праспешвалі нас у пошуках выйсцяў. Мы працягвалі, насуперак абставінам, жыць. І немалая роля тут належыць нашым чытачам, якія сваім рублём на працягу стольківх гадоў галасавалі і, вельмі хочацца спадзявацца, будуць галасаваць за „Intex-press“.

Газета — гэта людзі, якія яе чытаюць

Сёння, як паказваюць нашыя даследаванні, жыхары Баранавіч успрымаюць свет наступным чынам: цэнтр сусвету — гэта месца, дзе я жыву. Таму для нашай мясцовай газеты вельмі важна старацца быць незаменнай у вызначэнні мясцовых сацыяльных праблемаў, удзельнічаць у фармаванні культуры, акрэсленні нормаў паводзін. Бо толькі дзякуючы газеце, якая апісвае ўсё, што робіцца ў найбліжэйшым наваколлі, ствараюцца сувязі паміж жыхарамі, паўстае мясцовая супольнасць, якая жыве важнымі справамі: ад гістарычных падзеяў, якія тут адбываліся, — да бягучых здарэнняў. А гэта дапамагае ідэнтыфікацыі жыхароў з сваім горадам і рэгіёнам. Менавіта такую мэту і ставіць перад сабой „Intex-press“ на сённяшні час. Бо дасведчанае насельніцтва лепш гуртуецца дзеля абароны сваіх інтарэсаў, усчынае разнастайныя ініцыятывы, што спрыяюць агульнаму дабрабыту.

Людзі заўсёды належаць да нейкай сацыяльнай групы. Старыя і маладыя, багатыя і бедныя, вернікі разнастайных канфесій і атэісты, прадстаўнікі розных прафесій, сябры розных палітычных партый і грамадскіх рухаў — усе яны павінны разумець адно аднаго. Калі гэтага няма, ствараецца вельмі небяспечная сітуацыя неразумення, у якой можа здарыцца што заўгодна. Таму прэса, злучаючы людзей, выконвае важную кансалідацыйную ролю.

Мне падабаецца, што ў „Intex-press“ няма абыякавых чытачоў. Газета выклікае палярныя водгукі. Адныя гавораць: вы шукаеце толькі

чорнае, вам не падабаецца ўсё нашае жыццё. А з іншага боку я чую, што газета, наадварот, недастаткова радыкальная. Гэтыя палярныя меркаванні, на мой погляд, сведчаць, што з намі ўсё нармальна. Газета не павінна падабацца — гэта не яе задача. Яна павінна бесстароннім чынам асвятляць падзеі ды выклікаць дыскусіі.

Праўдзівая інфармацыя часцяком „супраць поўсці", таму яна і не пакідае чытачоў абыякавымі. Праца журналіста падобная на працу хірурга. Нарыў пачварны — гной, кроў, бруд, але калі яго выдаляюць, усё ачышчаецца, зажывае і болей не баліць. Так і праца журналіста ў нейкай ступені ачышчае грамадства. Дакладней, грамадства праводзіць саамачыстку, калі пачынае напоўніцу валодаць інфармацыяй. Не заўсёды гэта адбываецца адразу, не заўсёды грамадства жадае ведаць пра сябе праўду. У Беларусі, на жаль, так склалася, што рэпрэсіямі і генацыдам беларускі народ прывучылі жыць паводле прымаўкі: абы не было вайны. Таму і з'явілася ў нашай газеты найноўшая мэта: фармаваць каля „Intex-press" і яе інтэрнэт-рэсурсу грамадзянскую супольнасць, якая, у сваю чаргу, дапаможа развіццю рэгіянальнай супольнасці.

Сакрэт поспеху „Intex-press"

За сваё амаль што 20-гадовае існаванне газета „Intex-press" прайшла вялікі шлях. Яна расла, мяняла фармат, павялічвалася ў аб'ёме, рабілася больш прафесійнай. У газеты дзякуючы яе дызайнерам ёсць свой пазнавальны і даволі прыемны твар, дзякуючы журналістам сфармаваўся асабісты цвёрды і зразумелы

почырк, а дзякуючы менеджарам штотыднёвік сёння мае асабісты самастойны і здзейснены характар. Сёння „Intex-press“— адно з вядучых выданняў не толькі ў рэгіёне, але і ў краіне. І гэта не толькі мая адзнака як рэдактара, але і калегаў.

У такім даволі паспяховым развіцці газеты некалькі складнікаў. Найперш гэта людзі, якіх як магніт прыцягвала наша газета. Сёння „Intex-press“ можна смела назваць прафесійнай лабараторыяй і кузняй кадраў. Ніводная незалежная рэгіянальная газета не можа пахваліцца такой колькасцю лаўрэатаў розных журналісцкіх конкурсаў. Многія журналісты з поспехам працуюць у розных агульнанацыянальных СМІ. Ды наогул усе, хто прайшоў школу „Intex-press“, не згубіліся ў жыцці.

У формуле поспеху „Intex-press“ можна адзначыць і такі немалаважны складнік, як сур’ёзны менеджмент. Нам удалося спачатку стварыць шэраг прадпрыемстваў, а пасля аб’яднаць іх у адной сістэме ўзаемадзеяння, якая дазволіла аптымізаваць усю гаспадарчую дзейнасць. У рэдакцыі ўжо больш за дзесяць год дэ-факта раздзеленыя пасады галоўнага рэдактара, які займаецца творчай працай з кантэнтам, і дырэктара, які вызначае, куды і як ісці. У сістэме прадпрыемстваў выдавецкага дома „Інтэкс-прэс“ сёння працуе больш за 60 чалавек. Ні адна рэгіянальная рэдакцыя не мае такога штату.

Акрамя таго, мы ясна бачым, як мы павінны развівацца. Мы ўвесь час вучымся, каб быць на галаву вышэйшымі ў канкурэнтнай барацьбе ў самых няпростых эканамічных умовах і няпростай палітычнай абстаноўцы, ва ўмовах адсутнасці нашых газет у дзяржаўнай сістэме распаўсюду і цяжкасцях з атрыманнем інфармацыі. Мы стараемся як мага больш навучальных праграмаў праводзіць у сябе ў рэдакцыі, каб максімальная колькасць нашых супрацоўнікаў прайшла гэтае навучанне.

Зразумела, што бізнэс фармуецца не толькі ўнутраным асяродкам, але і вонкавым. Але і тут нам пашчасціла. Баранавічы — горад, які знаходзіцца, так бы мовіць, на перакрыжаванні Еўропы. Тут жыве даволі актыўнае, рухомае насельніцтва — прасунутая аўдыторыя, адкрытая навацыям і вальнадумству. Таму ўжо пры сваім з'яўленні газета лёгка здабыла аўдыторыю, узяўшы старт з пяцітысячнага накладу. Нямногія незалежныя выданні сёння маюць параўнальныя наклады.

За 20 год у Баранавічах з'яўляліся і іншыя незалежныя грамадска-палітычныя выданні. Але нехта, не вытрываўшы дзяржаўнага ціску, зышоў у рэкламны бізнэс, нехта закрыўся. Сёння ў горадзе засталося дзве грамадска-палітычныя газеты — дзяржаўная і „Intex-press". Зразумела, у такіх умовах лягчэй рабіць газету, чым, скажам, у Брэсце ці Бабруйску, дзе даволі высокая канкурэнцыя. Ну і нельга не сказаць, што Брэсцкая вобласць — унікальная зона ў краіне паводле колькасці незалежных газет. Гэта, верагодна, гаворыць аб „прасунутасці" улады і яе талерантнасці. Гэта таксама адзін

са складнікаў, якія дазволілі „Intex-press“ развівацца. Унікальная сукупнасць усіх гэтых фактараў і лягла ў падмурак нашага поспеху, дазволіла нам прыстойна прысутнічаць на рынку, маючы самы вялікі наклад сярод незалежных рэгіянальных выданняў.

Што ж тычыцца сэнсу існавання „Intex-press“, дык ён як быў, так і застаецца ў тым, каб адстойваць правы людзей на годнае жыццё, пры гэтым выкарыстоўваючы адзіную зброю, якая маецца ў арсенале газеты: праўду, яшчэ раз праўду і нічога акрамя праўды.



Якая адукацыя нам патрэбна

Тамара Мацкевіч,

Таварыства беларускай школы

1. Роля школы ў фармаванні нацыі і дзяржавы

Калі гаворка ідзе пра мадэрнізацыю адукацыйнай сферы, часта больш увагі надаецца якасці ведаў, што дае школа. Але найчасцей мы забываем, што адукацыя яшчэ мае соцыякультурную місію. Адукацыя — гэта не сфера паслугаў, а наймагутнейшы сродак пабудовы грамадзянскай супольнасці, захавання і перадачы нацыянальна-культурных каштоўнасцяў, забеспячэння ўстойлівасці развіцця краіны, яе дабрабыту, а ў выпадку Беларусі — захавання яе незалежнасці. І калі адукацыя не выконвае гэтай місіі, то развіваць яе губляе сэнс. Бясплатная падрыхтоўка якасных кадраў для больш багатых краін не можа быць мэтаю адукацыйнай рэформы.

Каб зразумець, як нам трэба мадэрнізаваць адукацыю, найперш трэба адказаць на больш глабальнае пытанне. Для чаго мы яе будзем мадэрнізаваць? Для якіх мэтаў?

Таварыства беларускай школы бачыць такую мэту ў стварэнні канкурэнтаздольнай сістэмы адукацыі, якая б забяспечвала перспектыву беларускай нацыі і дзяржаве, магла садзейнічаць пераадоленню сацыяльна-эканамічных і палітычных праблем, духоўнага крызісу ў Беларусі і спрыяць пабудове грамадзянскай супольнасці.

2. Рэфармаванне беларускай сістэмы адукацыі

Як вядома, Беларусь атрымала ў спадчыну савецкую сістэму адукацыі, скіраваную на абслугоўванне ваенна-прамысловага комплексу: у ахвяру была пакладзеная гуманітарная адукацыя, на патрэбу ВПК развіваліся матэматыка і некаторыя прыродазнаўчыя навукі.

У 90-я гады Беларусь разам з усім посткамуністычным светам пачала будаваць сваю сістэму адукацыі з улікам традыцый і нацыянальных інтарэсаў неамбітнай еўрапейскай краіны. Менавіта тады была створана канцэпцыя нацыянальнай школы, у 1993 годзе літаральна за паўгода былі не толькі напісаныя, але і ўведзеныя ў сістэму адукацыі новыя падручнікі. Адбылася дыферэнцыяцыя адукацыі паводле профіляў. Узніклі пілотныя праекты, дзе на практыцы выпрабоўваліся новыя падыходы, прадметы, праграмы.

Але ўжо праз два гады, у 1995 годзе, адбыўся паварот дзяржаўнай улады да рэанімацыі (а, у сутнасці, імітацыі) савецкай мадэлі грамадства, і адукацыя пачала вельмі хутка дэградаваць.

Усе праведзеныя пасля 1995 года рэформы ішлі насуперак агульнаеўрапейскім тэндэнцыям і адкідалі нашу школу ў далёкае мінулае.

Можна пералічыць, што адбылося:

- Мэтанакіраванае знішчэнне навучання на беларускай мове.
- Забарона сучасных падручнікаў (гісторыі, грамадазнаўства). Пераклад выкладання гісторыі Беларусі на рускую мову.
- Рэзкае змяншэнне гадзін на вывучэнне замежных моваў і навук, якія развіваюць логіку, крытычнае мысленне.
- Знішчэнне профільнага навучання ў апошніх класах (зараз пачынаюць вяртаць). Праграмныя патрабаванні разлічаныя на вучня са здольнасцямі ніжэй за сярэднія.
- Ідэалагізацыя адукацыі (піянеры, БРСМ), падручнікі напісаныя з наўмыснымі памылкамі пад патрэбу ідэалогіі.
- Перавод з 12-годкі на 11-годку.
- Несучаснасць зместу адукацыі і метадычнай базы. Кампетэнтнасны падыход, прыняты ва ўсіх краінах Еўропы, у нас толькі дэкларуецца.
- Пазбаўленне школы ад настаўнікаў-асобаў. Уведзена кантрактная сістэма і бюракратызацыя школы як спосаб трымаць настаўніцтва ў пастаянным страху.

Гэты спіс можна доўжыць.

Выглядае, нібыта ў нашай краіне ідзе не развіццё, а інтэлектуальная і фізічная зачыстка Беларусі ад беларусаў.

3. Моўна-культурны кампанент адукацыі

Варта асобна спыніцца на моўна-культурным кампаненце ў адукацыі. Фармальна Рэспубліка Беларусь мае дзве раўнапраўныя дзяржаўныя мовы, і ў Еўропе ёсць нешматлікія прыклады дзяржаваў ці тэрыторыяў з дзяржаўным ці рэгіянальным двумоўем. Дарэчы, там прынятыя моўныя стратэгіі, якіх павінны прытрымлівацца рэктары ўніверсітэтаў ды кіраўнікі іншых адукацыйных установаў.

У час, калі ўсе астатнія 13 нерасійскіх рэспублік былога СССР адраджаюць адукацыю на нацыянальных мовах, беларуская мова ў Беларусі выкараняецца як з установаў адукацыі, так і з ужытку. У выніку сёння нідзе, акрамя Беларусі (і Расіі, зразумела), руская мова не з’яўляецца дзяржаўнай, бо гэта ўжо не мова навукі, не мова культуры, не мова міжнацыянальных зносінаў.

Варта прыглядзецца, як адраджалі сваю адукацыю найбольш паспяховыя краіны.

Эстонія, прыкладам, атрымала больш за палову рускамоўнага насельніцтва, але, разумеючы місію адукацыі, мэтанакіравана пад-

трымлівае эстонскую мову ў гэтай сферы. Паводле закона кожная рускамоўная школа павінна штогод перавесці адзін прадмет выкладання на эстонскую мову. З 2012 года ўся вышэйшая адукацыя на эстонскай мове бясплатная. Цяпер Эстонія трымае трэцяе месца ў Еўропе — яна абагнала Фінляндыю (у матэматыцы), Германію, Вялікабрытанію.

Яшчэ адзін прыклад — Грузія (можа не такі паспяховы, але варты ўвагі). Яна пачала з ліберальных рэформаў у адукацыі. Ствараліся англамоўныя ўніверсітэты, за дзяржаўныя сродкі лепшых студэнтаў накіроўвалі вучыцца за мяжу. Але пасля правядзення вонкавага маніторынгу вярнуліся да грузінскай мовы ва ўніверсітэтах прынамсі на ўзроўні бакалаўрэату. Бо для пабудовы дзяржавы трэба нацыянальная эліта, а яна не расце на чужой мове і голым лібералізме. У гісторыі ёсць шмат прыкладаў. У XIX ст. чэшскія нямецкамоўныя арыстакраты, будуючы сваю дзяржаву, найперш фінансавалі чэшскія школы. Цяпер нават цяжка ўявіць, што некалі чэшская мова ў Чэхіі была ў нашмат горшым стане, чым беларуская ў сённяшняй Беларусі.

Паглядзім, як выглядае сітуацыя ў Беларусі.

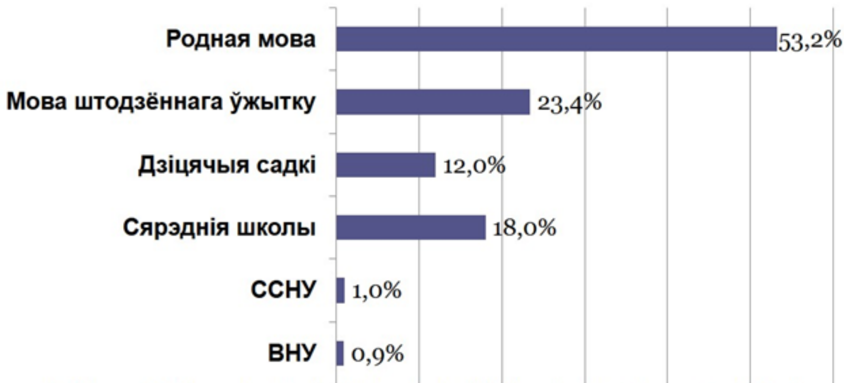
У групах установаў дашкольнай адукацыі па-беларуску выхоўваюцца 12% дзяцей, якія наведваюць гэтыя ўстановы.

Ва ўстановах агульнай сярэдняй адукацыі на беларускай мове вывучаюць усе прадметы каля 16% усіх школьнікаў. Абсалютная бальшыня іх у вёсцы. Штогод міністэрства адукацыі заяўляе аб закрыцці каля 100 беларускіх школ.

Ва ўстановах сярэдняй спецыяльнай адукацыі навучаюцца на беларускай мове каля 1% і яшчэ 14% на рускай і беларускай мове (педагагічныя і культурныя каледжы).

Ва ўстановах вышэйшай адукацыі па-беларуску вучацца — 4,2 тыс. студэнтаў (0,9%), афіцыйная статыстыка яшчэ кажа пра навучанне на рускай і беларускай мовах (164,2 тыс. студэнтаў, або 37%, але гэта пра выкладанне аднаго-двух дадатковых прадметаў накшталт гісторыі Беларусі, профільныя прадметы — фізіка-матэматычныя, тэхнічныя, медычныя і г. д. — выкладаюцца толькі па-руску) [1].

1 Vincuk Viačorka, Das Phänomen des Belarusischen: Trotz oder dank dem Rechtsstatus? „Unsere Sprache“ - Beiträge zur Geschichte und Gegenwart der deutschen Sprache. Band 5 (2012). Schriftenreihe der Neuen Fruchtbringenden Gesellschaft zu Köthen/Anhalt.



Навучальныя і выхаваўчыя ўстановы (2011/2012 навучальны год)

Як відаць, рэальнага выбару мовы адукацыі практычна няма, бацькоў ці абітурыентаў ставяць перад фактам ужо выбранай установаю адукацыі мовы. Таму прапановы ТБШ да ўдасканалення заканадаўства найперш скіраваныя на вырашэнне гэтай праблемы: трэба заканадаўча забяспечыць рэальны доступ да адукацыі на роднай мове і моўную пераемнасць адукацыі на ўсіх ступенях.

4. Што трэба зрабіць яшчэ

Па-першае, рэфармаваць адукацыйную сістэму трэба з улікам міжнароднага досведу, грунтуючыся на навуковых даследаваннях.

3 снежня 2013 г. былі абвешчаныя вынікі даследавання якасці сярэдняй адукацыі PISA ў 65 краінах. Мэта гэтых даследаванняў — ацэнка падрыхтаванасці старэйшых школьнікаў да самастойнага жыцця, г. зн. эфектыўнасці адукацыйных сістэм і адукацыйнай палітыкі розных краін свету. Тэсты праходзяць падлеткі, а высновы робяцца пра адукацыйныя стандарты і працу міністэрстваў адукацыі. (Можа менавіта з гэтай прычыны беларускія адукацыйныя ўлады выступаюць супраць удзелу Беларусі ў такім даследаванні?)

Першымі ў рэйтынгу PISA аказаліся краіны, якія абапіраюцца на нацыянальныя каштоўнасці ў адукацыі. Моцная нацыя — моцная адукацыя, і наадварот. Польшча і Эстонія абагналі Германію, Вялікабрытанію і Францыю. А Швецыя апусцілася ніжэй за сярэдзіну. Расія, на якую нас арыентуюць, стабільна знаходзіцца ў ліку адсталых краінаў і займае 28 месца з 35-ці ў Еўропе і 34—41 месца з 65-ці ў свеце.

Вось некаторыя высновы, якія зрабілі даследчыкі PISA.

- Найлепшыя вынікі маюць краіны, якія зрабілі стаўку на павышэнне прафесіяналізму настаўнікаў. Якасць школы не можа быць лепшай за якасць яе настаўнікаў і кіраўнікоў.
- Школы з большай аўтаноміяй, як правіла, працуюць лепш, чым школы з меншай свабодай, якія з'яўляюцца часткай вертыкальных сістэм і маюць больш механізмаў справаздачнасці.

- Вучні, на якіх грамадства, бацькі, настаўнікі ўскладаюць вялікія надзеі, ад якіх чакаюць, што яны атрымаюць вышэйшую адукацыю і ў будучыні стануць працаваць на кіраўнічых пасадах ці рабіць прафесійную кар’еру, як правіла, больш настойлівыя, больш унутрана матываваныя да навучання, больш упэўненыя ва ўласных здольнасцях, маюць лепшыя навучальныя дасягненні.

Вынікі даследаванняў PISA пацвярджаюцца іншымі грунтоўнымі даследаваннямі паспяховасці вучняў, якія зрабіў прафесар Джон Хэці[2]. Прыкладам, гэтыя даследаванні пацвярджаюць мэтазгоднасць арганізацыі профільнай і мультыпрофільнай адукацыі ў старэйшых класах і неэфектыўнасць факультатыўных заняткаў (у нас у 2008 г. зрабілі ўсё наадварот, і ніхто не адказаў за памылкі).

Сярод праграм найбольш спрыяюць дасягненням вучняў якраз праграмы гуманітарнага цыкла — найперш праграмы чытання, разумення тэкстаў, развіцця крытычнага мыслення.

З вымярэння эфектыўнасці методык можна ўбачыць, што найбольш эфектыўная з іх — актыўная ацэнка, а методыкі, заснаваныя на ўзаеманавучанні, супрацоўніцтве, выкарыстанні зваротнай сувязі, даюць нашмат лепшыя эфекты ў параўнанні з выстройваннем рэйтынгаў, спаборніцтвам ці аўдыёвізуальнымі методыкамі.

---

2 Падрабязней пра гэта: Т. П. Мацкевіч, А. Орса-Рамана. Фактары, якія ўплываюць на эфектыўнасць навучання: паводле даследавання Джона Хэці “Узаемабачнае навучанне“. Фізіка, №5, 2013.

З улікам гэтых высноваў трэба рэфармаваць нашую сістэму.

Выклікае шкадаванне, што апошнія рэформы адукацыі і заканадаўчыя змены ў Беларусі не абапіраліся на досвед суседзяў, найперш Эстоніі, Польшчы, Малдовы, якія зрабілі значны прагрэс у развіцці адукацыі дзякуючы пабудове сваіх адукацыйных сістэм з улікам нацыянальных інтарэсаў і навукова абгрунтаваных даследаванняў.

Усе гэтыя і іншыя прапановы да мадэрнізацыі адукацыйнай сістэмы былі агучаныя ТБШ і накіраваныя пісьмова ў адпаведную камісію Палаты прадстаўнікоў, у Міністэрства адукацыі, аднак не былі ўлічаныя. ТБШ нават не запрасілі на грамадскія слуханні.

Вось толькі некаторыя з нашых прапановаў:

- Пры рэфармаванні адукацыйнай сістэмы неабходна кіравацца навуковым падыходам, абапірацца на сучасныя даследаванні, еўрапейскія тэндэнцыі, досвед найбольш паспяховых краінаў, вынікі ацэньваць шляхам вонкавага маніторынгу.
- Ажыццяўленне права на выбар беларускай мовы навучання і выхавання — не клопат грамадзян, не яны павінны змагацца за права вучыць сваіх дзяцей або вучыцца самім па-беларуску, шукаць неабходную колькасць іншых патэнцыйных вучняў і г. д. Гэта канстытуцыйны абавязак дзяржавы. Таму гэтае права павінна быць інстытуцыянальна забяспечана. Пераемнасць

беларускамоўнага навучання павінна быць гарантаваная дзяржавай на ўсіх ступенях адукацыі на ўсіх спецыяльнасцях і мець дзяржаўную падтрымку.

- Адукацыя павінна спрыяць далучэнню падрастаючых пакаленняў да прынцыпаў грамадзянскай супольнасці, а таксама выхаванню чалавека-грамадзяніна. Дзеля гэтага ідэалагічная індактрынацыя павінна быць заменена на паўнавартасную грамадзянскую адукацыю. Паколькі менавіта праз адукацыю фармуюцца маральныя каштоўнасці грамадства (свабода асобы грамадзяніна, грамадзянская культура, сацыяльнае партнёрства і г.д.), важна ў працэсе адукацыі надаваць увагу кампетэнтнаснаму падыходу да навучання, выхаванню грамадзянскай актыўнасці.

- Вельмі істотна надаць большую педагагічную аўтаномію і свабоду навучальным установам, спрыяць іх канкурэнтаздольнасці, што прывядзе да скарачэння бюракратыі і кантрольных інстанцый. Вызваленыя пры гэтым сродкі накіраваць на павелічэнне заробку і павышэнне кваліфікацыі настаўнікаў. Улічыць, што вертыкальныя сістэмы ў адукацыі працуюць горш, чым сеткавыя.

- Варта памятаць, што рашэнне праблем адукацыі — гэта задача не толькі дзяржавы, але і грамадзянскай супольнасці. Таму няўрадавыя арганізацыі, бацькі навучэнцаў, самі навучэнцы, а таксама працадаўцы павінны быць далучаны да вырашэння задач у адукацыі.



По следам публикаций:
Дело о двухстах исчезнувших коровах зависло в воздухе

Пётр Гузаевский,

„Ганцавіцкі час“

Фотоколлаж на первой полосе в газете „Ганцавіцкі час“ с крылатыми коровами, которые зависли в воздухе, оказался пророческим. Целое стадо крупного рогатого скота, 204 головы, которое бесследно исчезло с фермы СПК „Агро-Начь” в деревне Локтыши Ганцевичского района, за два года не нашли ни проверяющие из района и области, ни правоохранительные органы. А после исчезновения коров исчез и колхоз.

Многие жители считают, что присоединением разворованного и обанкротившегося сельхозкооператива „Агро-Начь“ к СПК „Дубняки“ по указанию сверху были спрятаны следы преступления,

которое было совершено еще при бывшем председателе Ганцевичского райисполкома Владимире Столяре. Оставшееся дойное стадо с аномального места перевезли в другую деревню. Последствия для лиц, без ведома которых коровы никак не могли исчезнуть, — всего лишь увольнение заведующей фермы д. Локтыши, а руководство колхоза, включая председателя, само ушло на вольные хлеба.

Никто в райисполкоме не смог объяснить, почему за годы все проверки и ревизии специалистов хозяйства и Ганцевичского райсельхозпрода не выявили исчезновения коров. Нынешний глава района Александр Солоневич, который сменил прежнего председателя райисполкома, сказал, что коровы пропали не при нем, а он сам поднял вопрос о пропавших коровах, чтобы потом не обвинили в каких-либо махинациях.

Председатель СПК „Дубняки“ Владимир Григорян, которому достались локтышевские фермы после присоединения, на вопрос корреспондента „ГЧ“, чем же закончилось дело с пропавшими в Локтышах коровами, ответил: „Дело зависло в воздухе“. По его словам, серьезной ответственности никто не понес.

Жители района по поводу стада улетучившихся коров до сих пор юморят и сочиняют истории. Мол, животные улетели в теплые края или их съела ганцевичская чупакабра — собака в сапогах с огромными рогами, о которой тоже была опубликована статья в „Ганцавіцкім часе“. А один из работников культуры рассказал,

что якобы было предложение в каждом районе Брестчины поставить памятник, символизирующий деятельность района. Так как Ганцевичский район сельскохозяйственный и основное направление мясо-молочное, нам предложили памятник корове. В идеологическом отделе от памятника вежливо отказались. А люди с юмором уже подыскивали место в Локтышах, где будет стоять вылитая в бронзе корова с огромными крыльями. Но история оказалась „уткой“. Начальник идеологического отдела райисполкома Алла Занько информацию о планируемом памятнике корове опровергла.

НОВОСТИ ГОРОДА ГАНЦЕВИЧИ И ГАНЦЕВИЧСКОГО РАЙОНА
ганцавіцкі час

Ирина Домарацкая, „Ганцавіцкі час“, 10 августа 2012 г.

Артыкул — пераможца конкурсу “Найлепшая рэгіянальная газета 2013” у намінацыі “Найлепшае журналісцкае расследаванне”.

В СПК „Агро-Начь“ „улетучилось“ ещё 19 коров

Невероятное продолжение получила нашумевшая история, связанная с СПК „Агро-Начь“. На этой неделе в хозяйстве, которое решено было объединить с СПК „Дубняки“, при передаче недосчитались еще 19 голов крупно-рогатого скота. Ранее с локтышевской фермы исчезли 185 животных.

Как рассказал председатель СПК „Дубняки“ Владимир Григорян, это пока неокончательная цифра. „Комиссия ведет подсчет, составляет акты. Вот когда будут подписаны акты, тогда будет все известно, но то, что в СПК „Агро-Начь“ не был должным образом налажен учет скота, какого веса и возраста не хватает животных, пока непонятно“, — сказал Владимир Ваганович и попросил не спешить с публикацией.

Но откладывать информацию в долгий ящик редакция не стала, потому что уж слишком быстро и большими партиями куда-то пропадают на локтышевской ферме коровы.

Напомним, что факт о недостаче 185 голов крупного рогатого скота в СПК „Агро-Начь“ на ферме в д. Локтыши вскрылся еще осенью минувшего года. Ущерб составил более 400 миллионов рублей. С тех пор поиском животных занимаются правоохранительные органы. По этому факту было возбуждено уголовное дело, затем правоохранители вынесли постановление об отказе в возбуждении уголовного дела, затем отменили и это решение. Материалы РОВД направили на дополнительную проверку, которая ведется по сей день.

Парадокс в том, что проверка ведется, а коровы все равно исчезают. Уж не Бермуды ли переместились в Локтыши, что животные исчезают бесследно?

По информации специалистов СПК „Агро-Начь“, на ферме в Локтышах по списку должно быть 134 головы крупнорогатого скота, из них 16-ти выписана „путевка” на мясокомбинат.



Коровами назвать эти существа трудно, потому что дойного стада там уже не осталось.

По словам одного из специалистов хозяйства, версия кражи исключается, потому что территория под постоянным контролем дневного и ночного сторожей. А исчезнуть коровы могли только по халатности работников, которые ведут учет. „Может, чтобы не портить показатели, за которые ругается вышестоящее руководство, не показали падеж скота?“ — предположил один из работников СПК „Агро-Начь“. Получается, что либо эти коровы и не рождались и их приписали, либо они пали, и до этого никому не было дела.

Но если все они пали, то где та огромная гора туш, рогов, копыт от 185 голов и тем более 19 еще „свеженьких“?

Такое впечатление, что в Локтышах вывели новую породу летающих коров, которые улетают гнездиться в неизвестные края. История с локтышевской фермой и таинственным исчезновением скота может заинтересовать и экстрасенсов, может, они найдут?

А пока затянувшееся разбирательство не на пользу ни правоохранителям, ни людям, ни тем более СПК „Агро-Начь“, который за последние годы поменял несколько руководителей и от безысходности примкнул к СПК „Дубняки“.

Отсутствие информации о результатах проверки правоохранительными органами порождает различные слухи и даже откровенный стеб и насмешки. Люди полгода муссируют эту тему на сайте газеты „ГЧ“, высказывая самые невероятные версии, и даже дают советы, как и где нужно искать.





Газета побач з чытачом

Ежы Каміньскі,

„Gazeta Powiatowa — Wiadomości Oławskie“

„Gazeta Powiatowa — Wiadomości Oławskie“ паўстала ў якасці перадвыбарчай улёткі Грамадзянскага камітэта Салідарнасці (апазіцыя тагачасным камуністычным уладам) у 1990 годзе, адразу пасля першых свабодных выбараў у польскі парламент, перад першымі свабоднымі выбарамі ў мясцовыя органы ўлады — самакіраванні, калі жыхары, упершыню пасля Другой сусветнай войны, маглі выбіраць сваіх радных, а тыя — бурмістра Алавы.

Праз год пасля пераканаўчай перамогі Салідарнасці на выбарах з'явілася газета, народжаная гэтым свабодалюбным уздымам. Спачатку ў выглядзе васьмістаронкавага штомесячніка, які ствараўся групай аднадумцаў, тыражом у дзве тысячы экзэмпляраў. Выдаўцом быў Цэнтр культуры, бюджэтная ўстанова гміны, залежная ад мясцовых уладаў. Тады мы наіўна лічылі, што медыя ў свабоднай Польшчы могуць быць звязаныя з уладай, абранай, у рэшце рэшт, з дапамогай свабодных і дэмакратычных выбараў. А вось і не! Не могуць.

Незалежныя СМІ ніколі не могуць быць звязаныя — фармальна ці нефармальна — з якой-небудзь уладай, мясцовай або цэнтральнай. Мы гэта зразумелі праз год. Калектыў рэдакцыі сышоў з Цэнтра культуры і заснаваў прыватную газету пад той самай назвай. Ідэя змяніць уласніка пацэліла ў дзясятку. Выданне хутка ператварылася ў тыднёвік, павялічыўшы пры гэтым аб'ём да 48—56 старонак, сёння поўнакаляровых, плюс бясплатная каляровая ўкладка (на 32 старонкі) з тэлевізійнай праграмай. Мы павялічылі тыраж максімальна да 9 500 — сёння ён знізіўся да 8 700 асобнікаў, паколькі многія чытачы перайшлі ў сеціва, каб чытаць там нашую анлайн-версію (каля 30 000 унікальных карыстальнікаў штомесяц, каля 300 000 праглядаў).

Газета цалкам незалежная фінансава. 50% прыбытку мы атрымліваем ад продажу накладу, 50% — ад продажу рэкламы і абвестак (у тым ліку і ў сеціве).

Тут, г. зн. адказна

Дайма яму вуду замест рыбы! — пад такім лозунгам некалі мы дапамагалі бяздомнаму, які не хацеў грошай. Ён прасіў купіць яму швейную машынку, бо тады ён сам пачне шыць працоўныя рукавіцы і дасць сабе рады. Як той казаў, ён прасіў „вуду", а не „рыбу".

Праз колькі дзён пасля публікацыі прыходзіць жыхар адной з нашых вёсак. З ужыванымі вудамі ў руках. Кажа: „Вось прасілі, дык прынёс“, — аддае іх і… сыходзіць. Вось проста так. Мы аслупянелі. Узялі іх без адзінага слова. Пасля яны яшчэ доўга стаялі ў рэдакцыі.

Праз некалькі тыдняў бяздомны, якому нашыя чытачы дапамаглі, прынёс першыя рукавіцы, пашытыя на той набытай намі машынцы.

Мы зразумелі тады, што рабіць газету на мясцовым узроўні — праца не толькі адказная, але і вельмі далікатная, як карункі плесці. Трэба ведаць, калі, каму і на якой мове пісаць, каб цябе добра зразумелі. Каб дапамагчы, а не нашкодзіць. Каб служыць, а не выкарыстоўваць.

Пра гэтую адказнасць мы ўспаміналі часта. Неяк адзін з рэдактараў мусіў аб’ехаць на ровары, з алоўкам у руцэ, усе пункты продажу ў горадзе. Аб’ехаць і ва ўсіх газетах памяняць дату. Бо памыліўся і запрасіў алаўцаў на мясцовае свята — але не ў чацвер, а ў сераду. Тую адказнасць ён памераў сабе тады дакладна. У ладных некалькі кіламетраў.

Хто павінен гэта рабіць?

Паколькі 25 гадоў таму свет мясцовых мас-медыя ў Польшчы практычна не існаваў, фармаванне рэдакцыі мы пачалі з пошуку

супрацоўнікаў не сярод журналістаў (якія амаль усе былі сапсаваныя супрацай з ранейшымі ўладамі), а сярод прадстаўнікоў іншых прафесій. Нам былі патрэбныя заўзятары, для якіх праца ў рэдакцыі стане самарэалізацыяй, пошукам, прыгодай. Вынік? Вось хто ў нас тут! Настаўнік, гісторык, архівіст, эканаміст, біёлаг, фінансіст, праўнік, інфарматык і толькі адзін журналіст былой заводскай газеты. У нас ёсць прадстаўнікі прыватнага бізнэсу і бюджэтнай сферы. Пенсіянеры і падлеткі перад здачай атэстату, вернікі і атэісты. Карацей кажучы, мы зрабілі ўсё, каб рэдакцыя была дакладным зрэзам жыхароў нашай малой айчыны.

Уласны распаўсюд

Амаль ад пачатку мы ведалі, што свой распаўсюд — нашая сіла. Рабаўніцкія ўмовы „Ruchu“, дзяржаўнага манапаліста ў гэтай галіне (бяруць каля 40%), знішчылі б нас праз некалькі месяцаў.

Чацвер, раніца. Яшчэ цёмна. Мы раз’яжджаемся ў тры бакі. Тры, бо столькі ў нас аўтамабіляў. Кожны павінен наведаць некалькі дзясяткаў пунктаў продажу, разам некалькі соцень кіламетраў. Лічым з ювелірнай дакладнасцю. Калі прадавачка з вёскі Марцінкавіцы скажа, што Кавальскія цяпер на вакацыях, атрымае цягам пэўнага часу на адну газету меней. Бывае, яна сама просіць, каб прыбралі з накладу адзін асобнік, бо... нехта памёр. Значыць, літаральна — адным чытачом менш. Такі дробязны падлік мае сэнс — мы друкуем менш макулатуры, ашчаджаем на вяртаннях, якія пры вялікім распаўсюдзе дасягаюць 50%.

Пры гэтым мы збіраем каштоўную інфармацыю, бо напачатку наклад развозяць самі журналісты. Штотыдзень яны бываюць у кожнай вёсцы, бачаць зачынены мост, паваленыя дрэвы, чуюць усе плёткі, скаргі, часам прэтэнзіі, у тым ліку і да сябе, што не так напісалі. Мусяць глядзець у вочы сваім чытачам. Гэты стымулюе, дазваляе здабыць досвед.

Сёння журналісты больш не возяць газеты — няма на гэта часу, бо жыццё паскорылася. Дастаўкай займаюцца людзі, якія працуюць выключна з намі. Вынік? Маем каля 200 пунктаў продажу на тэрыторыі, дзе жывуць 70 000 чалавек. Вяртанне меншае за 10%, а распаўсюд каштуе нам каля 20% цаны газеты.

Рэклама з многіх крыніц

Грошы былі для нас новым светам. Калі мы толькі вучыліся ўсяму, вялікая радасць ад прыходу вялікага рэкламадаўцы часта змешвалася з расчараваннем. Месяцамі ён замаўляў нам вялікую рэкламу на першай старонцы, але праз колькі месяцаў... паліцыя шукала яго, каб арыштаваць. А ў нас нястача грошай. Да таго ж мы мусілі напісаць пра яго аферы. І гэта было балюча, бо нас звязвалі з ім. Але з таго часу мы ўжо ведаем, што не выпадае прызвычайвацца да аднаго буйнога рэкламадаўцы, пагатоў мясцовага. Заўсёды лепш мець некалькі дзясяткаў дробных. А яшчэ лепш некалькі сотняў.

Сёння „Gazeta Powiatowa — Wiadomości Oławskie“ мае каля 700—800 прыватных абвестак (усе платныя, не прывучайце кліентаў да бясплатных абвестак, бо пасля можа быць толькі горш — платныя ніколі не вернуцца) і дзясяткі модульных рэклам. Намагаемся, каб усе платныя абвесткі займалі не больш за 30% газетнай плошчы — урэшце, чытач плаціць за нешта, што павінен захацець прачытаць.

Заўсёды на месцы

Адзін са шматгадовых лозунгаў газеты — „Заўсёды на месцы“. У адрозненне ад тых, хто бывае толькі наездамі, заязджае па навіну, па чарговы труп, па аферу. У адрозненне ад тых, хто толькі піша. Бо ў нашым „на месцы“ змяшчаецца і дзеянне. Мы збіраем ахвяраванні для пацярпелых ад паводкі, прыдумляем агульнанацыянальны конкурс сатырычнага малюнка, арганізуем конкурс для двайнят, збіраем пасланні алаўцаў для нашчадкаў, каб у 2000 годзе закрыць іх у „капсуле памяці“ і замураваць у сцяне ратушнай вежы, аднаўляем і ставім на плошчы знойдзеную нашым чытачом скульптуру, далучаем чытачоў да акцыі дапамогі невылечна хворым братам...

Быць на месцы азначае мець абавязак. Не трэба дамаўляцца з рэдактарам, бо заўсёды нехта на месцы. Мы можам паглядзець нашаму чытачу проста ў вочы, а гэта спараджае спачуванне, эмоцыі, але таксама і адказнасць за інфармацыю, якую ён нам перадае. За ўмяшанне, пра якое ён просіць. Бо гэта не ананімная „справа“, але

справа канкрэтнай пані Кавальскай з вуліцы Каменнай, якая прыйшла да нас у панядзелак і з паўгадзіны размаўляла з Агнешкай. Цяпер Агнешка думае, як ёй дапамагчы, як пра ўсё гэта напісаць.

Быць на месцы бывае небяспечна, бо кожны з вуліцы заўсёды можа да нас прыйсці. Мы не маем турнікетаў, дзяжурных, аховы. Аднойчы ў дзвярах з'явіўся плячысты мужчына з раз'юшаным тварам і з сякерай у руцэ. Было не смешна.

Нашыя правілы

Газета ўвесь час стварае нефармальны звод рэдакцыйных правілаў. Вось некаторыя з іх:

- Падтрымлівай сталыя сувязі з чытачамі, бо без іх ты загінеш.
- Калі нас наведвае нехта агульнавядомы, абыдзіся без яго фота. Лепш скарыстаць газетнае месца для інфармацыі „з суседняй вуліцы".
- Не марнуй энергіі на эфектны дызайн газеты, калі ў ёй няма добрых тэкстаў.
- Пішы для іншых.
- Калі ў газеце нестае інфармацыі для пэўных групаў, ведай, што рана ці позна ў цябе з'явіцца новы канкурэнт.
- Кожную тэму, у тым ліку агульнанацыянальную ці сусветную, можна „злакалізаваць".

- Скарачай тэкст, бо гэта заўсёды магчыма. Трэба ведаць, што пішаш, а не пісаць, што ведаеш.
- Калі ты не будзеш баяцца чыноўнікаў, яны будуць баяцца цябе.
- Калі ты не ведаеш, дзеля чаго так гарбееш, супакойся і знайдзі іншую працу.

Не толькі газета

Мы ведаем, што людзі хочуць чытаць перадусім пра сябе — гэта адзіная дакладная перавага мясцовай газеты над іншымі. Таму публікуем як мага болей здымкаў ды прозвішчаў жыхароў. Я жартую, што кожны жыхар раёна рана ці позна трапіць у нашую газету, хай сабе толькі раз, ва... уласным некралогу.

Бо мясцовы штотыднёвік — гэта не толькі газета. Гэта свайго ро ду інстытут. Так, у першую чаргу ён інфармуе, але ж выконвае і іншыя функцыі. Ён раіць, каментуе, стварае платформу для абмену інфармацыяй паміж жыхарамі, а таксама служыць таварыскаю хронікай. Мы разумелі гэта ад самага пачатку, а прафесійнае даследаванне, выкананае вонкавай кампаніяй на нашую замову, толькі пацвердзіла гэта. Выявілася, напрыклад, што каля 40% старэйшых чытачоў пачынаюць чытаць нашую газету са старонкі з некралогамі. Пры гэтым, што важна, апрача платных некралогаў, мы змяшчаем агульны бясплатны (рубрыка „Адышлі“), дзе можна знайсці імёны ўсіх жыхароў, якія памерлі на мінулым тыдні.

Гэтак жа са старонкай, дзе мы размяшчаем фатаграфіі навароджаных. З поўным разуменнем, што гэта не журналістыка, мы развіваем рубрыку — даследаванні паказалі, што 90% жанчын глядзяць гэтыя фатаграфіі і чытаюць подпісы, дзе мы інфармуем, хто бацька, ці ёсць браты і сёстры, колькі важыў навароджаны, дзе жыве сям'я. Вядома, усе гэтыя звесткі даем са згоды маці навароджанага.

Мы не прадаліся!

– *Мы закідаем вас шапкамі,* — ён кажа павольна, каб узмацніць уражанне. Яму гэтага і не трэба. Дастаткова таго, што прыехаў на найдаражэйшай мадэлі „Мерседэса". — *Не прадасцё, дык праз пару гадоў вас не будзе. Мы запампуем сюды мільёны марак.*

Прадстаўнік нямецкага канцэрна разгарнуў перад намі змрочную карціну. Увойдуць, праінвестуюць, знішчаць. Ну хіба што раней мы самі прадамося. Ім.

Мы не прадаліся, хоць многія мясцовыя газеты так і зрабілі. Большасці з іх ужо няма. Яны прыдаліся толькі, каб на іхным карку буйныя канцэрны дайшлі да мясцовага чытача. Праз шмат гадоў, калі мы судзіліся з тым самым канцэрнам праз здымкі, якія той выкраў з нашага парталу і апублікаваў як свае, адзін з рэдактараў сказаў у прыватнай гутарцы: ***— На вашым месцы я таксама не прадаваўся б.***

Выбары важныя

Мы паўсталі ў часы свабодных выбараў, першых свабодных выбараў у незалежнай Польшчы, таму для нас яны — нешта фундаментальнае. Без іх не было б дэмакратыі, не было б свабоды выбару, не было б свабодных медыяў, не было б нас.

За гэтыя гады мы давялі, што глядзець уладзе на рукі — таксама форма ўмацавання мясцовага самакіравання. Я заўсёды кажу, што раднага выбіраюць дзясяткамі ці сотнямі галасоў, і тое раз на чатыры гады. Газету штотыдня правяраюць дзясяткі тысяч чытачоў. І галасуюць за яе ўласнымі, цяжка заробленымі грашыма.

Як мы гэта робім?

Шмат залежыць ад таго, што гэта за выбары. Калі мы выбіраем прадстаўнікоў у польскі парламент — важнасць мясцовых медыяў меншая, бо гэтымі дэпутатамі займаюцца ўсе нацыянальныя і рэгіянальныя выданні. Таму мы канцэнтруем увагу пераважна на мясцовых кандыдатах, якіх, вядома, прадстаўляем.

Калі маем мясцовыя выбары — жыхары выбіраюць мясцовыя парламенты і (з нядаўняга часу) бурмістра ці войта ў наўпроставых

выбарах — мы прысвячаем гэтаму большасць газетнай плошчы. Мясцовыя медыя папросту жывуць гэтай кампаніяй.

Агулам, аднак, так ці інакш, для мясцовай газеты падчас выбараў свята. Чаму?

- Мы можам дапамагчы людзям выбраць сваіх прадстаўнікоў.
- Мы можам кантраляваць і патрабаваць справаздачы ад уладаў. Выконваючы, такім чынам, асноўную задачу медыяў.
- Мы можам заваяваць давер чытача.
- Мы можам некепска зарабіць падчас выбарчай кампаніі.

Давер

Незалежна ад віду выбараў, асноўныя прынцыпы тыя ж. Найбольш важным з'яўляецца давер, бо без яго няма добрай, незалежнай газеты. Падчас выбарчай кампаніі мы надаем гэтаму асаблівую ўвагу. Такім чынам:

- У першую чаргу мы падаем поўны спіс усіх кандыдатаў, усе выбарчыя камітэты, не зважаючы на нашыя асабістыя пачуцці ці ацэнкі.

- Арганізуючы перадвыбарчыя дэбаты ці апытанні чытачоў, мы заўсёды пытаемся пра ўсіх кандыдатаў, не вылучаючы нікога.
- Складаючы партрэты кандыдатаў, напрыклад, на пасаду бурмістра, мы нікога не абмінаем, нават калі ведаем загадзя, што хтосьці не мае шанцаў.
- Прадстаўляючы кандыдатаў, кожнаму прысвячаем аднолькавае месца, нават калі няма чаго сказаць, каб не было ўражання, што ставімся да кагосьці лепш за астатніх.
- Аддзяленне інфармацыі ад каментароў павінна быць агульнай нормай у газеце, падчас жа выбарчай кампаніі гэта абавязковае правіла, парушэнне якога можа прывесці да шматлікіх іміджавых стратаў.
- Публікуючы матэрыялы кандыдатаў, заўсёды пазначаем іх як платную абвестку, аплочаную тым ці іншым выбарчым камітэтам.
- Ніколі не ўдзельнічаем у перадвыбарчай агітацыі: напрыклад, журналіст ніколі не стане браць інтэрв'ю ў кандыдата, каб потым яно было змешчанае ў газеце ў якасці платнай рэкламы.
- Калі прадстаўнік газеты вядзе перадвыбарчую дыскусію, то толькі бясплатна, у грамадскім месцы і толькі з удзелам усіх кандыдатаў.
- У выпадку, калі сустрэчаў з кандыдатамі ў радныя вельмі шмат і ўсюды патрапіць немагчыма — не наведваем ніводнай.
- Калі адбываюцца сустрэчы з кандыдатамі на пасаду бурмістра ці войта і мы ў стане даць інфармацыю пра ўсе сустрэчы, кожнай адводзім аднолькавую плошчу.

- Падчас выбарчай кампаніі ўсе палітычныя каментары журналістаў заўсёды павінны быць спецыяльна пазначаныя і падпісаныя прозвішчам аўтара.
- У кожнай рэдакцыі практыкуюцца подпісы кшталту „прозвішча вядомае рэдакцыі“, аднак падчас кампаніі, без важкай прычыны з боку аўтара, мы такія лісты не публікуем — асабліва калі іх пішуць самі кандыдаты ці сябры выбарчых камітэтаў, жадаючы выглядаць „звычайнымі“ чытачамі.

Надзейнасць

Мы памятаем, што для нашых чытачоў часта з’яўляемся адзінай крыніцай інфармацыі пра выбары. Таму:

- Бясплатна публікуем поўныя спісы кандыдатаў.
- Інфармуем пра ўсе выбарчыя акругі і ўчасткі для галасавання, з дакладнымі адрасамі (картамі), каб палегчыць чытачу ўдзел у выбарах.
- Падрабязна інфармуем, як менавіта галасаваць (што і як выкрасліць ці вылучыць) і калі, разумеючы, што чытач не заўсёды знаёмы з тэхнікай галасавання.
- Бясплатна паведамляем пра ўсе сустрэчы кандыдатаў з выбаршчыкамі.

- Падаем каляндар выбарчых падзей, напрыклад: да якога дня можна вылучаць кандыдатуры, хто можа ўдзельнічаць, дзе можна зарэгістраваць выбарчы камітэт і г. д. — каб чытачу было даступнае таксама права самому вылучацца кандыдатам.
- Паведамляем пра стварэнне ўсіх выбарчых камітэтаў, падаем іх склад і асноўныя мэты.
- Ствараем чытэльны лагатып „Маеш голас — выбірай“ і заўсёды выкарыстоўваем яго, каб чытач без праблем знаходзіў у газеце ўсе матэрыялы, звязаныя з выбарамі.
- Пасля выбараў публікуем вынікі ўсіх кандыдатаў.

Місія падчас выбараў

Газета павінна ўвесь час сачыць за дзеяннямі ўладаў і быць зацікаўленай, каб тое самае рабілі жыхары. Час кампаніі — выдатная для гэтага магчымасць:

- Мы заўсёды імкнемся папулярызаваць сам удзел у выбарах, тлумачым чытачам, як шмат ад іх залежыць.
- Падводзім вынікі дзейнасці і актыўнасці радных, паўнамоцтвы якіх сканчаюцца.
- Высвятляем, у чым разбіраюцца кандыдаты і ці будуць іх веды і досвед карысныя ў працы раднага.

- Паведамляем пра „пераходы“, каб выбаршчыку было вядома, хто з радных (і калі) змяніў групу, камітэт ці партыйную прыналежнасць.
- Цана перадвыбарчых абвестак ніжэйшая за звычайныя камерцыйныя на 30—50%.
- Да пэўнага дня, напрыклад, за 3 месяцы да галасавання, мы бясплатна публікуем любыя заявы кандыдатаў і іх выбарчых камітэтаў, каб тыя, хто не мае вялікіх грошай, маглі гарантавана данесці свае прапановы да выбаршчыкаў. Дата, з якой усе агітацыйныя лісты ў рэдакцыю будуць публікавацца толькі на платнай аснове, абвяшчаецца загадзя.
- Пасля выбараў адсочваем, якія камітэты здымаюць свае плакаты і білборды, а якія не, крытыкуем тых, хто спазняецца.
- Прапануем усім кандыдатам стварыць свабодны перадвыбарчы блог на нашым сайце, з дапамогай чаго павялічваем трафік, у той жа час даючы кандыдатам магчымасць дадаткова кантактаваць з выбаршчыкамі. Найцікавейшыя выказванні публікуем у папяровым выданні, каб заахвоціць чытача чытаць усе блогі.

Бізнэс

Выбары, асабліва ў органы мясцовага самакіравання, — сапраўднае жніво для мясцовых газет. Трэба толькі ведаць, як, не губляючы даверу, даносіць дакладную інфармацыю і зарабляць пры гэтым.

Як мы зарабляем?

- Цана рэкламы для ўсіх кандыдатаў і камітэтаў аднолькавая, ніякіх пагадненняў „пад сталом“.

- Інфармацыю з прапановай і цану рэкламы павінны атрымаць усе кандыдаты, нават тыя, хто ў кепскіх дачыненнях з газетай.

- У апошні тыдзень перад выбарамі мы друкуем спецыяльны дадатак на 12—16 старонак з платнымі абвесткамі; калі такіх абвестак шмат, тыднем раней даем дадатковы выпуск.

- Перад выбарамі ладзім СМС-галасаванне за „найлепшага раднага“, узнагарода за перамогу — бясплатная абвестка на паўстаронкі ў нашай газеце падчас кампаніі. СМС, вядома ж, платныя.

- Пасля выбараў намагаемся звязацца з усімі кандыдатамі з прапановай размясціць падзякі, нават з тымі, хто прайграў выбары, паколькі гэта — інвестыцыя ў наступныя.

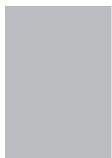
Памятайма, што не мы раздаем мандаты, а наш чытач, і менавіта за ім апошняе слова. Не пазбаўляйма яго гэтага права!

Можна паляцець!

Пятнаццаць гадоў таму я прымаў з рук прэм’ер-міністра дыплом „Газеты Дзесяцігоддзя“, які атрымалі тады адзінаццаць польскіх

незалежных мясцовых тыднёвікаў. Менавіта мне быў нададзены гонар ад імя лаўрэатаў выступіць перад госцем. Я казаў, што польская мясцовая прэса нібыта чмель, які паводле законаў аэрадынамікі не павінен лётаць, але лётае. Ён занадта цяжкі адносна паверхні сваіх крылаў — але ж лётае, кідаючы выклік законам фізікі. Гэтаксама з намі. У свеце вялікіх медыяканцэрнаў малыя газеты, паводле законаў эканомікі, не павінны функцыянаваць незалежна — але некаторыя здолелі гэта зрабіць. Мы хацелі і таму рабілі, мы вучыліся з лёту. Мы не ведалі, што не маем права лётаць, таму неяк наважыліся на палёт. І — на дзіва ўсім — узняліся.





Журналісцкія грамадскія акцыі

Гжэгаж Пяхота,

„Gazeta Wyborcza“

У новых (ды і ў старых) дэмакратыях мас-медыя не толькі інфармуюць і каментуюць рэальнасць, але і тлумачаць яе, даюць парады і нават — пры іншых слабых інстытутах — здзяйсняюць ініцыятывы, каб гэтую рэальнасць выправіць.

У маладых дэмакратыях дзяржава звычайна функцыянуе не надта спраўна, але пры гэтым — паколькі дэмакратыя ўжо ёсць — функцыянуюць незалежныя медыя як такія.

Здараецца, што гэтыя медыя робяцца больш эфектыўнымі, чым іншыя грамадскія інстытуты (недзяржаўныя аб’яднанні, лідары думак, дарадчыя органы, прадстаўнікі тых ці іншых колаў) пры ўмяшальніцтве і залагоджванні розных праблемаў, прадстаўленні інтарэсаў слабейшых колаў. Бо замест таго каб чакаць, пакуль краіна сама выправіцца, медыя — у духу адказнасці за ўласную краіну, рэгіён, горад — спрабуюць выправіць іх разам са сваёй аўдыторыяй.

Калі дэмакратыя даспее, грамадзянскія інстытуты пераймаюць функцыі, якія раней выконвалі медыя, і ўжо самі могуць вырашаць праблемы, важныя для тых груп, якія яны прадстаўляюць.

Медыя могуць супрацоўнічаць з гэтымі інстытутамі, але могуць з імі і канкураваць (напрыклад, за грошы спонсараў ці за славу). Яны могуць выйсці з гэтай дзейнасці, каб абмежавацца сваёй асноўнай функцыяй інфармавання / каментавання. Могуць закінуць місію і, з улікам камерцыйных інтарэсаў уладальнікаў, сысці ў забаўляльную сферу.

Так было / стала ў Польшчы. Так было ў большасці краінаў Захаду, напрыклад, пасля Другой сусветнай вайны (Францыя) ці пасля рэвалюцый (Іспанія пасля смерці Франка).

Калі выданне выходзіць за межы інфармацыі і каментароў, яно нібыта ўмешваецца ў рынак ідэяў і ў публічную сферу (падобна як урад умешваецца ў рынак паліва), таму тут патрэбная ўпэўненасць, што такое ўмяшальніцтва апраўданае, што яно не зробіць больш шкоды, чым карысці.

Я часта адмаўляюся ад ідэяў тых ці іншых акцый, кіруючыся думкай, што нехта ўжо робіць гэта лепш, і нашае ўмяшальніцтва тут не патрэбнае. Або не дазваляю акцыі пераўзыходзіць пэўны ўзровень,

каб пакінуць прастору для грамадзянскіх інстытутаў. Мяркую, гэта прыкмета адказнасці — той самай, што штурхае нас ладзіць акцыю.

Зрэшты, не думаю, што ёсць нейкае цвёрдае правіла, калі медыя могуць ладзіць акцыі, а калі не могуць. Гатоўнасць да актыўнай дзейнасці вельмі індывідуальная — яна можа быць розная нават у выпадку выданняў ці станцый, што канкуруюць на адным рынку. Шмат залежыць ад таго, у якой сітуацыі знаходзіцца аўдыторыя (ці прамаўляюцца яе пастулаты ў публічнай прасторы, ці прадстаўляюцца інтарэсы, ці вырашаныя праблемы), а таксама ад інтэлектуальнага і эмацыйнага стану рэдакцыі (у чым і як яна бачыць сваю ролю, ці перавызначае сваю місію пры змене сітуацыі ў краіне і г. д.).

Калі карацей — тое, што працуе для „Gazety Wyborczej“, не абавязкова працуе для „Rzeczpospolitej“. Тое, што працуе на Падгаллі, не мусіць працаваць на Памор’і. Усё залежыць ад таго, хто і каго чытае, якія аб’ектыўныя і суб’ектыўныя ўмовы жыцця ў гэтым месцы, якую ролю бярэ на сябе рэдакцыя, якіх яна выхавала сабе чытачоў.

Чаму мы, палякі, дзелімся сваім досведам?

Нашая перавага як настаўнікаў у тым, што на нашых вачах за кароткі час адбыліся змены, якія на Захадзе занялі сто гадоў і болей. Такім чынам, мы — доказ таго, што пэўныя рэчы могуць адбыцца хутка,

і, магчыма, лепш адрозніваем істотныя фактары ад неістотных. Поспех польскіх зменаў і вялікая колькасць медыяў таксама робяць нашыя аповеды вартымі даверу і прывабнымі для аўдыторыі.

Дарэчы, прывабнымі не толькі ў тых краінах, дзе дыктатура і зачаткі дэмакратыі. Мы атрымліваем шмат захопленых водгукаў пасля прэзентацый у краінах Захаду — ад ЗША да Аўстраліі — якім нагадваем, якім файным можа быць стварэнне медыяў.

Правілы

- **Празрыстасць.** Журналісты мусяць аддзяляць матэрыялы з уласным меркаваннем ад інфармацыі, якая грунтуецца на фактах і незалежных меркаваннях. Чытачы павінны заўсёды мець яснасць, у якой ролі выступае журналіст.
- **Журналіст — абаронца ідэі, а не групаў.** Грамадскія акцыі мусяць служыць здзяйсненню ўніверсальных каштоўнасцяў, такіх, як правы чалавека і законы дэмакратычнай праўнай дзяржавы, а не толькі інтарэсаў асобных людзей, інстытутаў ці колаў.
- **Грамадства.** Мэта акцыі — не толькі змены ў асобных справах, але і памнажэнне грамадскага капіталу: прапагандаванне супрацы людзей дзеля здзяйснення супольных мэтаў, грамадскага ўсведамлення, публічнай дзейнасці.

Тыпы акцый

- **Экспедыцыя: журналісты на сабе перажываюць тое, што з’яўляецца досведам групы людзей.**

Напрыклад, журналіст выязджае для пошуку працы за мяжу і апісвае свае перажыванні — ад пошуку жытла да першага заробку. Або вяртаецца праз гады ў сваю школу, каб спраўдзіць, ці адукацыйная сістэма паспявае за грамадскімі зменамі. Ці наймаецца на працу з найменшай аплатай, каб ацаніць узровень эксплуатацыі людзей.

Заўвагі да рэалізацыі: найпрасцейшая форма — справаздача. Дэталі штодзённасці, як і партрэты напатканых асобаў, маюць найбольшую пазнаваўчую каштоўнасць. Чытача найчасцей цікавяць назіранні журналіста, якія не супадаюць са стэрэатыпамі, а таксама адрозненні апісанай сітуацыі ад тыповага свету чытача. Поспеху экспедыцыі часта спрыяе серыя артыкулаў, у якіх апісваюцца падзеі. Гэта дапамагае нават тады, калі падчас экспедыцыі „нічога не адбываецца“. Экспедыцыя сканчаецца зборам звестак, якія могуць стаць прадметам дэбатаў ці ўмяшальніцтва.

- **Дэбаты: журналісты правакуюць лідараў думак і прадстаўнікоў грамадскасці выказацца наконт важнага грамадскага пытання.**

Напрыклад, дыскусія наконт будучыні горада: якім ён будзе праз 15 год, з чаго жыхары будуць мець прыбытак, якой будзе іх адукацыя, што будзе з узроўнем жыцця. Дыскусія пра тое, ці можа новы аўтабан, неабходны для эканамічнага развіцця краіны, пашкодзіць прыроднаму запаведніку і пагражаць рэдкім відам жывёл і раслін.

Заўвагі да рэалізацыі: найжывейшыя дэбаты — тыя, дзе вядзецца дыскусія пра каштоўнасці, а не пра арганізацыйныя ці тэхнічныя пытанні (мадэрнізацыя ці прырода, дзіцячыя пляцоўкі ці новы паркінг). Для дэбатаў патрэбныя прадстаўнікі прынамсі двух ясна акрэсленых поглядаў (цяжка зрабіць цікавымі дэбаты, дзе ўсе з усімі згодныя). Ключавы момант — пачатак дэбатаў, мэты якога — акрэсліць поле дыскусіі, абудзіць людзей, справакаваць да выказвання свайго меркавання. Тут лепш прыдасца не ўзважаны голас эксперта, а абвостраны, аднабаковы погляд удзельніка.

- **Умяшальніцтва: журналісты дамагаюцца змены рашэння, палажэння, практыкі і ствараюць групы падтрымкі для такой змены.**
-

Напрыклад, пратэстуюць супраць будаўніцтва новага квартала на месцы парку. Прапануюць падтрымку стварэнню заканадаўчага ак ту, які абавяжа выбарчыя камісіі ўключаць у свой склад нейкі фікса- ваны адсотак жанчын.

Заўвагі да рэалізацыі: умяшальніцтва часта патрабуе яўнага лідара, які сваім асабістым удзелам будзе прыцягваць паслядоўнікаў, матываваць іх, будзе відавочным партнёрам для перамоваў з іншым бокам. Вынік акцыі залежыць ад сеткі тых, хто падтрымлівае ідэю зменаў ці прынамсі займае нейтральную пазіцыю — сеткі зацікаўленых асобаў, адказных за рашэнне, лідараў думак, грамадскасці. Найчасцей такія групы патрабуюць асобных камунікацыйных планаў. Умяшальніцтва патрабуе, каб удзельнікі ясна бачылі рэальны стан рэчаў, усведамлялі пагрозы ў выпадку яго пагаршэння, а таксама мелі бачанне пажаданай мэты.

- **Узаемадапамога: журналісты ініцыююць стварэнне добраахвотнай супольнасці, якая змагаецца з агульнай праблемай, падтрымліваючы адно аднога.**

Напрыклад, журналісты заахвочваюць іншых да бегу і да ўдзелу ў штогадовым марафоне. Чытачы пад кіраўніцтвам фотамайстра вучацца рабіць лепшыя здымкі. Маладыя маці дзеляцца сваім досведам нараджэння дзіцяці і ствараюць дапаможнік — гід па радзільнях.

Заўвагі да рэалізацыі: супольнасці найхутчэй ствараюцца вакол харызматычных лідараў, цікавых уражанняў і апантанасці. Медыя могуць стварыць платформу для камунікацыі ўдзельнікаў супольнасці, а таксама стаць прадстаўніком супольнасці ў вонкавым свеце. Журналіст можа натхняць, паказваць прыклад, знаёміць з

сябрамі супольнасці, рэдагаваць інфармацыйныя сэрвісы, мадэраваць дыскусійныя форумы, ствараць і прасоўваць сімвалы супольнасці, дапамагаць у арганізацыі мерапрыемстваў.





Без межаў

Ежы Юрэцкі,

„Tygodnik Podhalański“

Гутарыў Гжэгаж Копач, PRESS

Ці раздражняе Вас цэтлік „мясцовы журналіст“?

Напэўна, так, бо ўвесь час з гэтым сутыкаюся. Калі я праводзіў журналісцкае даследаванне ў Сілезіі вакол справы кіраўнічкі афтальмалагічнай клінікі Арыядны Герковай, я чуў: „Што гэта за госць з правінцыі піша пра нашую прафесарку? “.

А журналіст жа — прафесія без межаў. Не мае значэння, адкуль ты. Калі недзе трэба ўмяшацца, няважна, у Пароніне ты ці ў Сан-Францыска. Гэта як лекар сказаў бы, што не будзе дапамагаць ва Улацлаўку, бо ён сямейны лекар у Мурзасіхлях.

Пра начальнікаў з Сілезіі неяк не кажуць, што яны мясцовыя.

А хіба журналіст, які працуе ў „Gazecie Stołecznej“, — мясцовы журналіст? Не.

Чаму мы так клеім цэтлікі?

Бо прыемна кагосьці ўпікнуць, а калегам гэта нават больш прыемна, чым палітыкам.

Некалі я чуў, як малады журналіст, які толькі атрымаў працу ў Варшаве, тлумачыў там, што не толькі ў сталіцы гарачыя навіны бягуць навыперадкі.

„Tygodnik Podhalański“ працуе на тэрыторыі трох паветаў, дзе жыве каля 200 000 жыхароў, бо ў гэтыя паветы ўваходзяць такія гарады, як Новы Тарг, Закапанэ і Суха Бэскідзка.

Мы робім такую самую працу, што і журналісты „Gazety Wyborczej“ ці „Rzeczpospolitej“. Адзіная розніца — у Варшаве большая канкурэнцыя. Мясцовым тыднёвікам паводзіцца трохі лягчэй, калі рэгіянальныя газеты адмовіліся ад паветавых дадаткаў. Зрэшты, на

Падгалле, Араву і Спіш, калі выдавецкія канцэрны спрабавалі туды ўвайсці, мы іх не пусцілі. „Gazeta Krakowska“ прадавала ў нас колькі соцень асобнікаў.

Рэдактары агульнапольскіх медыяў кажуць, што пры галасаванні за „Журналіста года“ іхны голас павінен быць важчэйшым за голас „Tygodnika Podhalańskiego“, „Pałuk“ ці „Gazety Jarocińskiej“.

А як бы яны хацелі лічыць? У дэмакратычных выбарах і прафесар, і прыбіральніца маюць па адным голасе. Зрэшты, з мінулых гадоў памятаю, што буйныя рэдакцыі не заўсёды галасавалі сама аб’ектыўна.

Польшчы і Варшаве лепей бачна зверху, здалёк?

З горнага масіву Гевант відаць нашмат лепей, а карціна нашай журналістыкі выглядае адтуль не найпрыгажэйшым чынам. Журналісты падзяліліся. Я заўсёды паўтараю, што журналіст не можа асацыявацца з адным бокам. Асабліва цяпер, калі падзел паводле схільнасцяў да партыі „Права і справядлівасць“ ці „Грамадзянскай платформы“ такі выразны, заставацца на адным баку для мясцовай газеты значыць свядома ігнараваць групу чытачоў, якія перастануць яе чытаць з прычыны палітычных перакананняў. Унікаць такой ангажаванасці нялёгка, бо кожны з нас мае палітычныя погляды,

але крый нас Божа ад таго, каб мы дзяліліся імі з чытачамі. Горш, што некаторыя вяртаюцца ў медыя наўпрост з палітыкі. Дэмакратыі патрэбныя палітыкі, але не патрэбныя журналісты — былыя палітыкі.

Але ж Вы самі некалі былі радным.

Гэта быў 1990 год, а я быў малады. Божухна, я тады абсалютна не разумеў, што журналіст не павінен быць радным. Гэта быў пераломны час, скончалася камуна, мы пачыналі рабіць газету, стваралі Грамадзянскі камітэт „Салідарнасці“. Я быў шмат у якіх месцах, напрыклад, у камісіі выкрыцця супрацоўнікаў Службы бяспекі, быў і радным. Насуперак аповедам, дзейсных людзей у апазіцыі было мала. Хто мусіў прыбіраць з вуліц савецкія помнікі, чысціць установы ад людзей мінулай сістэмы?

„Tygodnik Podhalański“ таксама заангажаваны ў палітыку. Калі Аляксандр Квасьнеўскі стаў прэзідэнтам, вы надрукавалі цалкам чорную першую паласу.

З купкай хлопцаў мы рабілі спачатку „Biuletyn Podhalański“, падпольную газетку. Пасля мы ўзялі справы ў свае рукі. Тады нам здавалася, што найважней пісаць пра тое, чаму „Салідарнасць“ лепшая за камуністаў. Уся газета была гэтым перапоўненая. Праз шэсць гадоў нашай дзейнасці выявілася, што ў нас два мільярды (старымі злотымі) пазыкаў і практычна няма чытачоў. Сёння ў Бірме

я падаю гэта як прыклад, які паказвае, чым сканчаецца пісанне толькі для сябе. Нам здавалася, што мы самыя разумныя, а гэта была псеўдапалітычная дурасць. Нам пагражала банкруцтва, іншыя партнёры аддавалі мне свае долі і ўцякалі.

І чаму ў рэшце рэшт гуралі[1] паверылі „прыхадню“ і пачалі чытаць „Tygodnik Podhalański“?

Бо мы пачалі рабіць цалкам іншую газету. Не трэба было быць занадта мудрым, каб зразумець, што найважнейшыя для людзей мясцовыя справы, а не вялікая палітыка.

У медыях Вы выраслі да першага гураля Польшчы, а ў адным з першых нумароў „Tygodnika Podhalańskiego“ зблыталі белы сыр з авечым тварагом бунцам.

Такіх выпадкаў я меў дзясяткі. Калі я ў Гданьску кажу, што я з Кракава, мяне адразу прызнаюць за гураля. Але чым бліжэй да Закапанага, тым меншы я гураль.

1 Жыхары гор.

Але ў выніку Вы пераканалі гураляў.

Яны не надта любяць, калі іх крытыкуюць, але пачалі нам давяраць. Яны ведаюць, што часам прыдуць са скаргай у паліцыю, а там пачуюць: „Мы тут нічога не зробім. Ідзіце ў газету“.

У якіх справах паліцыя адсылае да Вас?

Да нас трапляюць турысты, якія выкупілі нумары ў віртуальных пансіянатах. Цэлыя сем'і звяртаюцца ў паліцыю, але дзяжурны афіцэр не можа дапамагчы.

Але Вы таксама можаце іх толькі выслухаць.

Няпраўда, мы часта дапамагаем. Шукаем праз знаёмых танныя пакоі і даем кантакты. Дапамога — аснова дзейнасці мясцовай газеты. Калі гарыць хата, а я з'яўляюся на месцы здарэння, часам стае дзесяці хвілін, каб пагарэльцам знайсці дах над галавой. Калі-нікалі сам тэлефаную войту і кажу: „Тут сям'я з дзецьмі мерзне, а Вас няма на месцы“. Праз колькі хвілін пад'язджае нехта ад войта і залагоджвае праблему. Улады баяцца прэсы, і часам варта гэтым карыстацца. Гэта не значыць, што мы не дапамагаем і ўладам. У нас ёсць чытачы ў Амерыцы і, калі мы абвяшчаем збор дапамогі для беднай сям'і, гэтая дапамога даходзіць. Маем дамы, адбудаваныя з дапамогай нашых чытачоў.

У самім Закапаным Вы маеце таксама і шмат ворагаў.

З кожным нумарам „Tygodnika Podhalańskiego“ буду мець іх штораз болей.

Некаторыя з іх — вялікага калібру, як гураль да мозгу касцей Адам Бахледа-Цурусь. Колішні бурмістр, сённяшні мільянер, але ж і Ваш партнёр.

Акурат атрымаў ад яго віншаванне: „Шаноўны калега, нягледзячы на нашыя фундаментальныя адрозненні, з вялікай задаволенасцю атрымаў учорашнюю інфармацыю пра прызнанне Вас «Журналістам 2012 года». Як жыхар Закапанага і партнёр «Tygodnika Podhalańskiego» цешуся, што Вашая дваццацігадовая праца на ніве нашай газеты не засталася незаўважанай. З павагай Адам Бахледа-Цурусь“.

А барацьба з ім на старонках „Tygodnika Podhalańskiego“, перашкода ягоным інтарэсам — ужо не Ваш клопат?

Але які мне ў гэтым інтарэс? Ён мае ў „Tygodniku“ пяць адсоткаў, а ў таварыстве з абмежаванай адказнасцю меншынёвыя акцыянеры не перашкода. Зрэшты, за 23 гады ён ніколі не пацікавіўся кампаніяй. Калі ён ладзіў універсіяду, мы нават супрацоўнічалі, я шукаў ім

спонсараў, але пасля, калі Адам стаў бурмістрам, мы глядзелі яму на рукі, як і кожнаму іншаму бурмістру. Ён не мог пагадзіцца з крытыкай прэсы. Шматкроць гэта выказваў. У сувязі з ім мы мелі шмат непрыемнасцяў з боку ўладаў, нас спрабавалі ўсімі спосабамі ўцяць. А яшчэ ён быў сябрам святой памяці ксяндза Міраслава Драздка і казаў мне колькі разоў, што ніколі не даруе мне тэксту пра кантакты ксяндза са Службай бяспекі.

Але ён ужо не бурмістр, а вы надалей судзіцеся.

Ён абвінаваціў нас паводле артыкула 212 Крымінальнага кодэкса, бо мы напісалі пра яго незаконную пабудову на Сівай Паляне, у паркавай зоне. Ён атрымаў згоду на будан — рэканструкцыю пастуховай хаткі, а выявілася, што адна сценка — шкляная і з боку лесу выглядае як дача. Ён абвінаваціў нас у грамадзянскім і крымінальным судзе. Цяпер у крымінальным судзе абвінавачвае нас у іншых рэчах. Справа датычыць спосабу, якім ён выкупіў спадчыну адной сям'і. Мы дапусцілі памылку, апублікавалі ліст старой, дзе знайшоўся сказ, які яго відавочна абражаў. Мы прайгралі ў грамадзянскім судзе і цяпер маем справу ў крымінальным.

Ці была тэма, якую вы пакінулі, каб не мецць праз яе клопату?

Дакладна не. У такіх малых супольнасцях чытачы адразу б даведаліся, каго мы баронім. У выпадку газет, што працуюць на малой

тэрыторыі, людзі могуць адразу спраўдзіць, аб’ектыўная газета ці не. Абараняць кагосьці вельмі кепска для газеты. Мы неаднойчы мусілі публікаваць цяжкія тэксты пра нашых калегаў.

Некаторыя кажуць, што Вы, нягледзячы на тое, што выкрывалі супрацоўнікаў Службы бяспекі, самі ўжываеце іхныя метады.

Не ўсе любяць журналістаў. Шмат хто не разумее, на чым палягае нашая праца. Але прыходзіць момант, калі, напрыклад, перад домам увесь час ляжыць непрыбраны снег, хаця па дарозе ездзіць снегаачышчальная машына, і тады журналіст патрэбны.

Добры журналіст паўсюль унюхае ворагаў?

Мы павінны мець для саміх сябе цвёрдыя правілы. Я ж не нарадзіўся з ведамі, як павінен паводзіцца журналіст і ў чым этыка гэтай прафесіі. Пэўныя рэчы я вывучаў на ўласнай скуры.

І што з гэтага досведу вынікае?

Што трэба рабіць сваё. Некалькі гадоў таму ў Закапаным адкрылі шыкоўны чатырохзоркавы гатэль. Уладальніца была са мной на „ты“, ахвотна падтрымлівала нас рэкламай, запрасіла на афіцыйнае

адкрыццё. Там я выпіў піва і вярнуўся ў рэдакцыю, каб напісаць пра гатэль. Выявілася, што адзін з маіх калегаў з Кракава, гандляр, ужо там жыў. Я спытаў у яго, што яму ў гатэлі не спадабалася. А той кажа, што было выдатна, але кава кепская, а прасціны закароткія, калі маеш два метры росту. Я напісаў гэта, а на другі дзень у рэдакцыю прыходзіць факс са спыненнем рэкламнай дамовы. Неўзабаве да рэдакцыі дайшоў дадатковы папрок: дармовае піва піў, а пасля абмазаў.

Бурмістр Новага Таргу мае звычай ладзіць модныя раўты, на якіх усе цалуюцца. Мы туды не ходзім.

У Варшаве журналісты ходзяць на вячэры з палітыкамі. Лічаць нават, што гэта іхны прафесійны абавязак.

Мы не ходзім, як не ходзім і на любыя баляванні з удзелам палітыкаў, і не будзем з імі піць гарэлку.

Хіба Вы не адкрыеце сёлетні Баль журналістаў?

Не. Мы нікол не былі на Балі журналістаў, гэта выдатная ідэя, але з якой трасцы туды цягнуць палітыкаў?

Відаць, гэта палітыкам важна там з’явіцца.

Калі я бачу рэпартажы з Балю журналістаў, у мяне ажно дрыжыкі бягуць па спіне. Я разумею дабрачынныя мэты, але такога самага выніку можна дасягнуць без удзелу палітыкаў. Пасля атрымліваецца, што шэф Таварыства польскіх журналістаў наважваецца весці палітычную сустрэчу пэўнай палітычнай партыі і не ўсведамляе, што апрануў каптан палітыка. Гэта псаванне медыяў.

А калі б на чарку згоды Вас запрасіў Адам Бахледа-Цурусь?

Ён сёння ўжо не палітык, а толькі бізнэсовец.

Вы пайшлі б?

Гарэлкі не люблю. Але на піва — так.

Вы пайшлі б, а пасля яго абмазалі.

Я б заплаціў за сябе ды і яму паставіў бы.

Лёгка Вам казаць, што трэба быць незалежным. Ніхто не выкіне Вас з працы ў выпадку скарачэння, хіба што Вы самі.

На сайце Gazetylokalne.pl ёсць карта Польшчы, на якой бачна, дзе ёсць мясцовыя газеты, а дзе іх няма. У шмат якіх мясцінах краіны іх бракуе. Чаму мы не засноўваем мясцовых газет? Давайце гэта рабіць! Сітуацыя насамрэч вельмі кепская, добрыя журналісты губляюць працу. Я вельмі дзіўлюся выдаўцам, якія пазбываюцца дасведчаных журналістаў толькі з фінансавых меркаванняў і замяняюць іх студэнтамі.

Выдавец мясцовага выдання таксама мусіць зважаць на эканомію.

Ніколі такога не было, каб мы нешта знялі з газеты, бо гэта датычыць нашага рэкламадаўцы, гэта ж кій на два канцы. Калі, аднак, мы надрукуем такі матэрыял, чытачы гэта заўважаць і скажуць: „Але ж зухі, напісалі, хоць ён дае ім рэкламу“. Уласнік фірмы — таксама чытач. Сёння ён раз’юшаны, што пра яго напісалі, але ўрэшце супакоіцца. Такая філасофія прыбірае ўсе дылемы.

Наколькі паўплываў крызіс на продаж рэкламы ў Вашым тыднёвіку?

Пакуль з рэкламай усё някепска, горш з продажам газеты. Усё болей людзі пераходзяць на чытанне нас у інтэрнэце. Як мясцовы партал мы на першым месцы.

А на амерыканскім рынку, вы ж і там выходзіце?

Там цяжка, асабліва калі ідзецца пра польска-амерыканскі бізнэс, гэта значыць нашых рэкламных кліентаў. Там сапраўдныя банкруцтвы.

Дык ці варта далей выдаваць у Чыкага „Tygodnik Podhalański“?

Так, бо продаж там не змяншаецца. Калі мы пачыналі, там было некалькі польскіх штодзённых газет, сёння застаўся толькі „Dziennik Związkowy“, які займае першае месца, другое маем мы.

З Вашых эскападаў па свеце вынікае, што грошай Вам не бракуе. Вы і Ваш сын — фотарэпарцёр — выязджаеце часцей, чым замежныя аддзелы некаторых цэнтральных рэдакцыяў.

Гэта нятанна, але гэта пытанне нашага гонару. Мы робім не толькі тэксты, але і здымкі з фільмамі, якія распаўсюджваем праз інтэрнэт. Калі мы трапілі ў Курдыстан пасля землятрусу, а гэта мала якім групам удалося, курды, што жывуць у Закапаным і Кракаве, насілі нас на руках.

Шэфы іншых тыднёвікаў таксама не прыкутыя да працоўных сталоў, але я не чуў, каб яны інвеставалі ў рэпартажы з краіны і свету.

Мы — рэгіён, у які прыязджае шмат турыстаў, і яны таксама звяртаюцца да „Tygodnika“. Для іх пісанне матэрыялу пра землятрус на Гаіці — рэч натуральная. Зрэшты, рашэнне пра вылет на Гаіці я прыняў толькі тады, калі высветлілася, што нашыя ратаўнікі-гуралі ляцяць туды на дапамогу.

Ваўжынец Смачыньскі, які быў трэцім у конкурсе „Журналіст 2012 года“, сказаў на цырымоніі, што таблаідызацыя медыяў — гэта наш, журналістаў, выбар.

Гэта хутчэй выбар выдаўца. У выпадку „Tygodnika Podhalańskiego“ выдатна прадаецца ўсё, што звязана з бяспекай: хуткая дапамога, якой не было своечасова, шпіталь, парады, як засцерагчыся ад хваробы… Гэта прадаецца лепей за сэкс. Часам я мушу даваць на першай старонцы кроў ці скандал.

А Вашыя журналісцкія даследаванні?

Так, але такія тэмы не высмакчаш з пальца. Чубака, які сочыць за службоўцам-хабарнікам, афера ў Дзяржаўнай маёмасці ў Закапаным, доктар Геркова — усё гэта прадавалася вельмі добра.

Ці няма ў Вас часам адчування, што мы хочам быць лекарамі для мясцовай супольнасці, а робімся толькі інфарматарамі?

У першую чаргу мы паштальёны. Паштальёна будуць любіць, калі ён будзе хутка дастаўляць навіны. Але трэба памятаць, што ён прыносіць навіну калі кепскую, а калі і добрую. І няма чаго на яго крыўдаваць.

Але ўвогуле поспех журналіста — гэта параза кагосьці іншага, яго сорам.

На жаль, на гэтым грунтуецца наша прафесія. Але прычына гэтага сораму — журналіст ці дзеянні згаданай асобы? Я не падбухторваў прафесарку Геркову, каб яна брала камісію ад вытворцаў медычнага абсталявання.

Што найгоршае ў працы журналіста мясцовага тыднёвіка?

Складана тое, што трэба жыць сярод герояў сваіх тэкстаў. Гэта няпроста пераадолець. Калі ты робіш даследаванне, ты натрапляеш на людзей, якіх ведаеш у твар, ведаеш, дзе яны жывуць, якая ў іх сям’я — а тут у інтарэсах грамадства трэба прадэманстраваць нешта з іхнага жыцця. У судах нам не вераць, але мы заўсёды разважаем, ці дапаможа наш тэкст камусьці або толькі нашкодзіць герою. Нядаўна пракурор пытаў мяне, чаму я ўбраўся ў строй Чубакі, калі сачыў за службоўцам, які браў хабары ад гандляроў, — а цяпер не хачу супраць яго сведчыць. Я адказаў: „Бо я пішу не для таго, каб вы трымалі чалавека ў турме, а каб паказаць, што ў Чарным Дунайцы чыняцца кепскія рэчы, што службовец нажываецца на цяжкой людской працы. Я сваю працу выканаў, цяпер вы зрабіце сваю“.

Ці прафесія журналіста для псіхічна здаровых?

Гэта праца для выключных людзей, бо гэта шляхотная прафесія, і займацца ёй — падстава для гонару.

Калі Вы вярнуліся з Варшавы, каб здаць нумар „Tygodnika“, ці Вы ўжылі аргумент, што павінна быць так, як Вы скажаце, бо „Журналіст года“ ведае лепей?

Відаць, я даручу некаму ў рэдакцыі, каб мяне застрэліў у той момант, калі я ўпершыню скажу на калегіі, што я „Журналіст года“ і таму маю рацыю. Затое на замежных трэнінгах гэтае званне мне прыдасца. Журналіст года — гэта вам не выдавец тыднёвіка на Падгаллі.

Аўтары

Аляксандр Манцэвіч,

галоўны рэдактар і выдавец „Рэгіянальнай газеты“. Скончыў Мінскі радыётэхнічны інстытут, працаваў майстрам, інжынерам-канструктарам на заводзе, які выпрабляў вядомыя на ўвесь Савецкі Саюз фотаапараты „Зеніт“. Урэшце вырашыў, што справай яго жыцця павінна быць журналістыка.

***Уладзімір Янукевіч**,*

дырэктар і галоўны рэдактар Выдавецкага дома „Інтэкс-прэс“. У рэдакцыі газеты „Intex-press“ працуе з сакавіка 1996 года. Тыднёвік у 2004 годзе быў лаўрэатам прэміі газеты „Цайт“, а ў 2013 годзе стаў „Найлепшай рэгіянальнай газетай 2013 года“ на конкурсе пад эгідай Асацыяцыі выдаўцоў рэгіянальнай прэсы „Аб'яднаныя Масмедыі“.

Тамара Мацкевіч,

намесніца старшыні РГА „Таварыства беларускай школы“. З 1999 года займаецца грамадзянскай адукацыяй настаўнікаў. Каардынуе праграму „Настаўнік — Школа — Грамадства“.

Пятро Гузаеўскі,

галоўны рэдактар і выдавец газеты „Ганцавіцкі час". Працуе ад заснавання газеты, з 2001 года. Паводле адукацыі юрыст.

Ірына Дамарацкая,

карэспандэнт газеты „Ганцавіцкі час". Скончыла факультэт журналістыкі БДУ, працуе ў газеце 10 гадоў, маці траіх дзяцей.

Ежы Каміньскі,

выдавец і галоўны рэдактар тыднёвіка „Gazeta Powiatowa — Wiadomości Oławskie".

Гжэгаж Пяхота,

шэф аддзела рэдакцыйнага развіцця „Gazety Wyborczej". Віцэ-прэзідэнт фонда „Agora". Прэзідэнт Еўрапейскай Рады International News Media Association. Адказвае за стварэнне новых часопісаў, секцый, сэрвісаў „Gazety Wyborczej". Кіруе сувязямі з чытачамі, грамадскімі кампаніямі, культурнымі праектамі, акцыямі, скіраванымі на прасоўванне грамадзянскай пазіцыі.

Ежы Юрэцкі,

журналіст-следчы, выдавец тыднёвіка „Tygodnik Podhalański“ ў Закапаным. Лаўрэат большасці польскіх журналісцкіх узнагарод, у тым ліку — „Журналіст 2012 года“. Паводле адукацыі інжынер горнай справы і металургіі. У 1985 годзе ў Закапаным разам з Войцехам Мрозам заснаваў падпольны „Biuletyn Podhalański“. У 1989 годзе з сябрамі „Салідарнасці” выдаў першы выпуск „Tygodnika Podhalańskiego”. Прэзідэнт і асноўны акцыянер Закапанскага гаспадарчага таварыства. Праводзіць навучанне для рэдактараў і журналістаў незалежных газет у Беларусі, Тунісе і Бірме.

Свая газета 2014

у дапамогу мясцоваму журналісту

Укладанне Вольга Мазурава

Рэдактар Сяргей Рычавец

Карэктар Рыта Хорская

Пераклад Станіслава Літвінчук

Тэхнічны рэдактар Юрась Новікаў

Падпісана да друку 14.08.2014. Фармат 60х841/16.
Гарнітура Times. Папера афсетная. Наклад 200.

Издательство «Юстинус»
(г. Белгород, ул. Центральная, 103а)

Отпечатано: Типография «С-Принт»,
214020, г. Смоленск, ул. Шевченко, 71 оф. 48.